

## DISCUSSION PANEL | PANEL DYSKUSYJNY

# Media and communication studies as a new field of the humanities? | Nauka o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych?

### KEY WORDS

media, social communication, media studies, media field, auxiliary to media studies, academic disciplines

### SŁOWA KLUCZOWE

media, komunikacja społeczna, medioznawstwo, pole mediów, nauki pomocnicze medioznawstwa, dyscypliny naukowe

### ABSTRACT

During the 1st National Political Science Congress, entitled *Democratic Poland within a globalizing world* (Warsaw, September 22–24, 2009), took place a number of discussion panels and methodological workshops. One of the panels, in connection with the upcoming 10th anniversary of "Studia Medioznawcze" ["Media Studies"] quarterly, was devoted to the subject "Media and communication studies as a new field of the humanities?". The current issue of the periodical includes papers presented during the panel by leading Polish media studies experts. The introduction was written by professor Tomasz Goban-Klas while Wiesław Sonczyk, Ph. D., put forward a characterization and assessment of the quarterly between 2000–2009.

### STRESZCZENIE

W ramach I Ogólnopolskiego Kongresu Politologii, obradującego pod hasłem *Demokratyczna Polska w globalizującym się świecie* (Warszawa, 22–24 września 2009 r.), odbyło się szereg paneli dyskusyjnych i warsztatów metodologicznych. Jeden z paneli – w związku ze zbliżającą się 10. rocznicą „Studiów Medioznawczych” – poświęcono tematowi „Nauka o mediach i komunikacji społecznej jako nowa dyscyplina nauk humanistycznych?”. Bieżący numer pisma zawiera teksty referatów zaprezentowanych w trakcie panelu, a wygłoszonych przez czołowych medioznawców polskich. Słowo wstępne napisał prof. Tomasz Goban-Klas, a charakterystykę i ocenę formuły wydawniczej „Studiów Medioznawczych” w latach 2000–2009 przedstawił dr hab. Wiesław Sonczyk.

TOMASZ GOBAN-KLAS

## Emergencja nowej dyscypliny: nauki o mediach i komunikacji społecznej

## Emergence of a new discipline: media and social communication studies

„Bóg stworzył film dla kulturoznawców,  
a telewizję dla medioznawców.”

Elihu Katz,  
jeden z ojców-założycieli badań medioznawczych

**S**tudia z zakresu mediów i komunikacji społecznej stały się jedną z najszybciej rosnących, grubiejących i wypuszczających stale nowe pędy, gałęzi współczesnej wiedzy humanistycznej i społecznej. Użyta tu metafora drzewa wiedzy i jego gałęzi obrazuje fakt, iż nauka nie rozwija się wedle sztywnych reguł jej klasyfikacji, ale wedle własnej siły vitalnej, czerpiąc ją z nagromadzonego dorobku i przyrodniczo-technologiczno-kulturowego podglebia. To właśnie jego przeobrażenia stają się impulsem dla nowych kierunków badań i analiz, systemów pojęć i teorii, form akademickiego kształcenia, które wyrażają się w nowych naukowych projektach, publikacjach, kierunkach studiów.

Na całym świecie, jak przysłowiowe grzyby po deszczu, pojawiają się instytucje, a nawet wydziały studiów medialnych (*media studies*), które choć początkowo zajmowały się tzw. mass mediami (prasą, radiem i telewizją), obecnie włączają

zakresowo studia nad internetem, mediami społecznymi i mobilnymi. Nikt już nie ma wątpliwości, że naukowa analiza tych tradycyjnych mediów wymaga uzupełniania o analizy nowych i najnowszych mediów. Kłopoty ze statusem naukowym tychże badań wynikały dotychczas głównie z niechęci do włączania w zakres nauki studiów nad kulturą masową i propagandą polityczną. Jednak dzisiejsze media już nie krzewią kultury masowej *per se*, ale raczej kulturę popularną (neoludową), w mniejszym stopniu są narzędziem polityki, w większym jej bezlitosnym kontrolerem. Ich autonomiczna siła oddziaływania i znaczenie w systemie społeczno-polityczno-ekonomicznym, jak i rosnąca nieustannie skala różnorodności i skomplikowania, wręcz zmusza do dynamicznego rozwoju badań medioznawczych.

Zebrane w tym numerze „Studiów Medioznawczych” wypowiedzi wybitnych polskich medioznawców i zarazem kierowników placówek uniwersyteckich ukazują niezwykle dynamikę zarówno badań (co mieści się w resortowym pojęciu „nauka”), jak i nauczania (co mieści się w pojęciu „szkolnictwo wyższe”).

Profesor Marek Jabłonowski podkreśla, iż „nauka o mediach dotyczy tej części życia społecznego, które stanowi szczególnie jaskrawe odbicie procesów zachodzących w różnych dziedzinach życia i jest przez te dziedziny w znaczącej mierze uwarunkowana. Uchwycenie tych uwarunkowań daje możliwość wykreślenia »pola mediów współczesnych«”<sup>1</sup>. Dodam, iż pole to stale się powiększa i zagęszcza. Termin „mediamorfoza” dobrze chwytą jego naturę, chociaż nie oddaje jego niezwyklej aktualnej dynamiki. Gdy w pierwszej połowie XX w. wystarczał termin „prasoznawstwo” – bo to prasa i dziennikarstwo były wówczas wiodącymi środkami przekazu (mediami) – to w drugiej połowie XX wieku wprowadzono termin „media (środki) masowe”, z których to telewizja odgrywała dominującą społecznie i kulturowo rolę. Dzisiaj, internet, i to w jego nowej postaci zwanej Web 2.0 oraz jej realizacjami w formie mediów społecznych (serwisy społecznościowe, komunikatory, wyszukiwarki i czytelniki), stał się omnimedium, a właściwie środowiskiem informacyjno-komunikacyjnym współczesnego świata – jego *Second Life*, by użyć nazwy jednej z form tych realizacji. Do nich odnosi się pojęcie „nowych mediów”, a nawet „nowych nowych mediów”<sup>2</sup>.

O rozległości pola studiów, jak i wielości badaczy można się najprościej przekonać na dziesiątkach organizowanych rocznie w Polsce konferencji naukowych zarówno przez wydziały i instytuty o profilu medialnym, jak i tradycyjnym akademickim, które dostrzegają rosnące przenikanie i znaczenie mediów we wszystkich sferach życia społecznego. Zazębia się ona z różnorakimi akademickimi dziedzinami nauk społecznych i humanistycznych, ale ma też własne publikacje naukowe. W latach 1996–2001 ukazało się blisko 7000 prac medioznawczych, których autorami było prawie 5000 osób. Wliczono tu publikacje w dziennikach,

<sup>1</sup> M. Jabłonowski, *Okiem historyka*, zob. w tym numerze „Studiów Medioznawczych”, s. 34.

<sup>2</sup> P. Levinson, *The New New Media*, Boston 2009.

tygodnikach, periodykach naukowych, jak i w formie książkowej<sup>3</sup>. W latach 2000–2009 tylko na łamach „Studiów Medioznawczych” ukazało się łącznie 498 tekstów, przy czym nieco ponad połowę ich ogólnej liczby (55,6 proc.) stanowią artykuły i rozprawy naukowe (277). W badanym okresie na łamach „Studiów Medioznawczych” ukazało się łącznie 498 tekstów, przy czym nieco ponad połowę ich ogólnej liczby (55,6 proc.) stanowią artykuły i rozprawy naukowe (277).

Naukowe wydawnictwa periodyczne to m.in.: „Zeszyty Prasoznawcze” (od 1956), „Studia Medioznawcze” (od 2000), dawniej „Przekazy i Opinie” (1976–1989), „Media i Kultura” (od 2006), „Rocznik Historii Prasy Polskiej” (od 1998), „Rocznik Prasoznawczy” (od 2007) i „Global Media Journal” (od 2005). Medioznawcze serie naukowe to: Media Wydawnictw Uniwersytetu Jagiellońskiego, Media Wydawnictw Uniwersytetu Wrocławskiego, Edukacja Medialna Wydawnictw Akademickich i Profesjonalnych, Nowe Media Wydawnictw Akademickich i Profesjonalnych, Media Wydawnictwa Adam Marszałek.

Co najważniejsze, nauki o mediach i komunikacji społecznej mają własne osiągnięcia teoretyczne i metodologiczne. Do pierwszych zaliczyć można swoistą, stale rozszerzającą się aparaturę pojęciową (począwszy od pierwotnych pojęć „media” i „komunikowanie”, do – przykładowo – takich, jak „remediacja” czy „media społeczne”), własne teorie generalne („społeczeństwa medialnego”), teorie średniego zasięgu (przykładowo „teoria kultywacji”, „stanowienie agendy medialnej”), problemy badawcze, ogólne, jak choćby kompetencje medialne, czy szczegółowe, jak korzystanie z mediów. Mają też własne metody badawcze – analizę zawartości przekazów medialnych, tele- i radiometrię, monitoring internetu.

To media są obecnie głównym zleceniodawcą empirycznych badań nad nimi, bez rozeznania bowiem społecznego odbioru nie byłyby w stanie sprawnie funkcjonować. Wszakże stymulują one głównie badania użytkowe, skrajnie pragmatyczne, jak na przykład badania swych odbiorców i konsumentów reklamy. Bardziej wszechstronne, a i cenniejsze, są badania o orientacji poznawczej, naukowej, prowadzone coraz częściej pod egidą i z funduszy KBN, tyle że na ogół pod cudzą „banderą” – zwykle socjologii i politologii.

Profesor Adamowski zauważa, że „w oficjalnym wykazie dyscyplin naukowych w Polsce istnieje dziedzina, którą można by uznać za (w pewnym sensie) bliską postulowanej w niniejszym tekście nauce o komunikowaniu i mediach społecznych. Jest nią *nauka o poznaniu i komunikowaniu*”<sup>4</sup>. To bardzo istotna uwaga. Przypomnę oficjalne narodziny tej osobliwej dyscypliny – w 1992 roku Centralna Komisja do Spraw Stopni i Tytułów na mocy swych ustawowych uprawnień ogło-

<sup>3</sup> W.M. Kolasa, J. Jarowiecki, *Polska bibliografia prasoznawcza 1996–2001*, Kraków 2005, s. 21–22.

<sup>4</sup> J.W. Adamowski, *O pilnej potrzebie formalnego powołania w Polsce nauki o komunikowaniu i mediach społecznych jako dyscypliny naukowej*, zob. w tym numerze „Studiów Medioznawczych”, s. 24.

siła listę dziedzin i dyscyplin nauki, w których nadawane być mogą stopnie i tytuły naukowe<sup>5</sup>. Znalazły się tam „nauki o poznaniu i komunikacji”, którą to nazwę Centralna Komisja zmieniła w 2005 r., podając w „Monitorze Polskim” nazwę „nauki o poznaniu i komunikacji społecznej”<sup>6</sup>. Jednakże ta nowa (od 2005 roku) dziedzina nie ma wielu adeptów, skorzystały z niej głównie filozofia i kulturoznawstwo dla pewnej liczby doktorów i garstki doktorów habilitowanych. Nic dziwnego, mariaż nauk o poznaniu (to albo epistemologia, albo kogniistyka) z komunikacją społeczną jest oczywiście możliwy, ale studia z tego zakresu mieszczą się doskonale w filozofii i psychologii<sup>7</sup>. Zatem, po oddaniu filozofii, co filozoficzne, psychologii, co psychologiczne, z nauk o poznaniu i komunikacji społecznej zostaje – komunikacja społeczna! Oczywiście zasługuje na odrębną dyscyplinę, pod warunkiem wszakże, że jej zakres będzie uszczegółowiony poprzez kwalifikator „zmediatyzowana” (medialna). Komunikacja społeczna *per se* jest tożsama z komunikacją międzyludzką, głównie bezpośrednią (twarzą-w-twarz). A jednak jest tradycyjne pole studiów psychologicznych i lingwistycznych. Natomiast wszelkie formy komunikacji zapośredniczonej (zwłaszcza poprzez media masowe oraz media cyfrowe i sieciowe) wprowadzają element techniczny, instytucjonalny, ekonomiczny, tworzą nowe formy życia społecznego, a w rezultacie wymagają także nowych ujęć koncepcyjnych i analitycznych, teorii, metod, wdrożeń praktycznych. Wymagają przeto specjalizacji naukowej i dydaktycznej.

Istotne jest zatem kształcenie w zakresie mediów i dziedzin pobocznych (public relations, komunikacja społeczna, dyplomacja publiczna, itd.). W 1995 roku Rada Główna Szkolnictwa Wyższego określiła ten kierunek jako „Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna”. Profesor Wiktor Pepliński podaje, że „według danych Państwowej Komisji Akredytacyjnej takie studia prowadzi w Polsce 40 uczelni akademickich, zarówno publicznych jak i niepublicznych. W 28 placówkach (głównie szkołach niepublicznych) prowadzone są studia pierwszego stopnia, a w 12 (publicznych) pierwszego i drugiego stopnia”<sup>8</sup>. I dalej: „Na tak duże zainteresowanie studiami z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej i jego wpływem na rozwój dyscypliny oddziaływa również fakt ich dzisiejszego kształtu. Przygotowują one nie tylko do zawodu dziennikarza prasowego, radiowego, telewizyjnego czy dziennikarza z zakresu tzw. nowych mediów, ale również (w zależności od ukierunkowania specjalności w poszczególnych ośrodkach akademickich) do zawodu rzecznika prasowego, zarządzającego mediami, pra-

<sup>5</sup> MP 1992, Nr 16, poz. 123 (z 25 lutego).

<sup>6</sup> MP 2005, Nr 70, poz. 1019–1020 (z 24 października).

<sup>7</sup> To studenci psychologii zakładają koła „nauk o poznaniu i komunikacji” (m.in. w Poznaniu), zajmując się m.in. takimi zagadnieniami, jak zagadnienie czasu w procesach przetwarzania informacji, neuroobrazowanie, itp. Inna nazwa jest tutaj „kogniistyka”.

<sup>8</sup> W. Pepliński, *Czy nauka o dziennikarstwie i komunikacji społecznej może wybić się na niezależność?*, zob. w tym numerze „Studiów Medioznawczych”, s. 36.

cownika agencji Public Relations, specjaliści ds. mediów, specjaliści ds. promocji, organizatora mediów lokalnych, specjaliści ds. polityki informacyjnej, specjaliści z zakresu reklamy, kreatora reklamy, projektanta fotograficznego, specjaliści ds. fotografii reklamowej i medialnej itp., specjaliści do spraw marketingu politycznego i innych”<sup>9</sup>.

Narzuca się pytanie, kto kształci studentów w tych dziedzinach. Wedle wymagań PKA minimum kadrowe dla tej liczby szkół wynosi 455 osób, co zresztą dotyczy tylko części kadry dydaktycznej – jej podstawowego trzonu. Kto jednak należy do owego minimum? Profesor Janusz Adamowski wskazuje, że „jedynym właściwie jasnym i względnie precyzyjnym merytorycznie kwalifikatorem osób przynależących do wspomnianej dyscypliny badawczej wydaje się być wspomniana już Państwowa Komisja Akredytacyjna, która za podstawę zakwalifikowania nauczyciela akademickiego do minimum kadrowego dla kierunku studiów »dziennikarstwo i komunikacja społeczna« przyjęła zgłoszony przez niego (bądź też przez ocenianą uczelnię) dorobek piśmienniczo-badawczy oraz zakres tematyczny prowadzonych prac badawczych”<sup>10</sup>.

Z kolei dydaktyka w ramach procesu bolońskiego, wprowadzająca trójstopniowy system stopni w szkolnictwie wyższym, dla utrzymania wysokiej jakości nauczania wymaga jednolitego ich uzyskiwania, aż do stopnia doktora. O tej potrzebie – co podkreśla dziekan Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych UW prof. Janusz Adamowski – mówią też dziesiątki młodych adeptów nauki, mających dzisiaj niekiedy spore kłopoty z obroną swego doktoratu bądź przeprowadzeniem habilitacji w ramach uniwersyteckich wydziałów nauk społecznych, politologii czy filologicznych, gdy prace mają medioznawczy charakter.

Profesor Jacek Dąbała podaje następujące argumenty za nową dyscypliną:

1. Sprawdzona tradycja badawcza (Polska – od 1917, zagraniczna – od końca XIX w.).
2. Uzasadniona interdyscyplinarność ujęć.
3. Możliwość uznania pracy za medioznawczą.
4. Możliwość uznania badacza za specjalistę w dziedzinie mediów i komunikacji społecznej.
5. Prace licencjackie i magisterskie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.
6. Możliwość konfigurowania nowej nazwy (media i komunikacja społeczna) w obcych językach, np. *media and communication studies*<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Tamże, s. 38.

<sup>10</sup> J. Adamowski, *O pilnej potrzebie...*, s. 23.

<sup>11</sup> J. Dąbała, *O sensowności uznania nowej dziedziny nauki*, zob. w tym numerze „Studiów Medioznawczych”, s. 52–54.

### Apel i wniosek

W 2005 i w 2008 roku Centralna Komisja uzupełniła listę dyscyplin naukowych oraz wprowadziła zmiany w nazwach już istniejących<sup>12</sup>. Można zatem apelować o zastosowanie tej dobrej praktyki i wprowadzenie nowej dyscypliny nauki o mediach i komunikacji społecznej bądź 1) lekko zmieniając nazwę istniejącej (ale słabo aktywnej, gdy chodzi o podstawowe parametry i warunki działania) dyscypliny, a zatem w miejsce nauk o poznaniu i komunikacji społecznej wpisać: nauki o mediach i komunikacji społecznej; albo 2) dołączyć nową dyscyplinę: nauki o mediach i komunikacji społecznej do dziedziny nauk społecznych.

Oba rozwiązania przyniosą bezsporne korzyści w szczególności dla:

- międzynarodowej wymiany (idei, uczonych, studentów), wprowadzając międzynarodowe nazewnictwo (media and communication studies), co ważne jest zarówno dla dyplomów, nazw placówek, statystyk europejskich;
- rozwoju kadr ze stopniem doktora i doktora habilitowanego;
- rozwoju badań o szerszym zakresie sponsorowanych przez europejskie i polskie granty (w tym KBN);
- ułatwienia klasyfikacji materiałów i publikacji w bazach danych i bibliotekach.

**Należy mieć nadzieję, że potrzeby rozwoju nowoczesnych dyscyplin społecznych i humanistycznych znajdą zrozumienie w gremiach regulacyjnych polskiej nauki. Bez zbędnej zwłoki.**

---

<sup>12</sup> W 2005 w odpowiedzi na wniosek sześciu uniwersyteckich ośrodków kształcenia w zakresie kulturoznawstwa Centralna Komisja ds. Stopni i Tytułów dokonała stosownego wpisu do listy dyscyplin z zakresu nauk humanistycznych. (Profesorowie Wojciech Burszta i Waldemar Kuligowski wskazują, iż „Z pełną świadomością angielski termin cultural studies oddajemy za pomocą polskich »studiów kulturowych«, choć normą stało się ich identyfikowanie z najogólniej pojmowanym »kulturoznawstwem«, a nawet »kulturologią«” – zob. tychże, *Sequel. Dalsze przygody kultury w globalnym świecie*, Warszawa 2005, s. 85. W 2008 roku wprowadzono m.in. dziedzinę „nauki o zdrowiu”, dyscypliny „energetyka” i „biotechnologie” czy zmieniono nazwę „sztuki użytkowe” na „sztuki projektowe”. MP 2008, Nr 97, poz. 843 (z 10 grudnia).



JANUSZ WŁODZIMIERZ ADAMOWSKI

## O pilnej potrzebie formalnego powołania w Polsce nauki o komunikowaniu i mediach społecznych jako dyscypliny naukowej

About the urgent need to create  
communication and public media  
studies as a academic branch  
in Poland

**C**zy może nie być w oficjalnym wykazie, zatwierdzonym przez Centralną Komisję ds. Stopni i Tytułów dyscypliny naukowej, wydatnie wspomagającej proces kształcenia kilkunastotysięcznej już dzisiaj rzeszy słuchaczy odrębnego kierunku, wykładanego na kilku dziesiątkach rodzimych uczelni wyższych? Okazuje się, że jest to możliwe, albowiem tak właśnie wygląda sytuacja studentów kierunku, „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”, prowadzonego przez blisko 40 prywatnych i publicznych szkół wyższych w Polsce. A dodajmy, że dziennikarstwa, w sposób – rzecz można – nieformalny naucza się w dziesiątkach innych polskich uczelni, w ramach takich kierunków studiów, jak: filologia polska i obce, socjologia, psychologia, ekonomia, a nawet kierunki związane ze sportem.

Jak już powiedziano, łącznie kilkanaście tysięcy osób w Polsce, kształconych w ramach oficjalnie zatwierdzonego kierunku studiów, a także coraz liczniejsza grupa ich nauczycieli akademickich (dzisiaj blisko stu z nich to samodzielni pracownicy nauki: doktorzy habilitowani i profesorowie tytularni, a zdecydowa-



na, przytłaczająca wręcz większość z nich deklaruje wolę przypisania ich do nowej, ewentualnie zatwierdzonej przez stosowny organ, dziedziny nauki) nie znajduje merytorycznego oparcia w wiodącej dyscyplinie naukowej wspomagającej dydaktykę wyższych uczelni. Inaczej, aniżeli rzecz się ma z socjologią, psychologią, historią, chemią, fizyką, ekonomią czy biologią. A przecież nawet dość wysoce zróżnicowane wewnętrznie nauki prawne stanowią silne oparcie merytoryczne dla swego głównego kierunku studiów (jakim jest prawo) oraz innych jeszcze, np. administracja.

Zadajmy więc kolejne pytanie: Czy jest to sytuacja normalna? Otóż, odpowiedź jest krótka: nie! Bo przecież nie można lekceważyć potrzeb rosnącego w siłę środowiska naukowego, działającego – nie licząc coraz wyraźniej aktywizującej się jego pracy badawczej – także na rzecz zaspokojenia potrzeb dydaktycznych coraz liczniejszej grupy studentów tak dynamicznie rozwijającego się – ilościowo i jakościowo – kierunku, jakim jest „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”<sup>1</sup>.

W Polsce (ale przecież także i na świecie) kształcenie dziennikarzy na poziomie studiów wyższych staje się coraz popularniejsze. Początków wyższego szkolnictwa dziennikarskiego doszukiwać się można w Stanach Zjednoczonych, gdzie już w 1908 r. podjęto tego rodzaju działalność<sup>2</sup>. Polska była, obok Niemiec, jedynym z europejskich pionierów w tym zakresie, i mamy tutaj wyjątkowo długie i bogate tradycje, co daje nam szczególne prawo, by dopominać się o należyte uhonorowanie pozycji rozwijającej się tak dynamicznie nauki o dziennikarstwie, mediach masowych i komunikowaniu społecznym<sup>3</sup>.

Co więcej, mamy do czynienia w ostatnim okresie (i nie tylko zresztą w naszym kraju) z istną erupcją szkolnictwa dziennikarskiego na poziomie studiów wyższych: zawodowych (pierwszego stopnia), magisterskich (drugiego stopnia), jak i – dosłownie już „za chwilę”, jako że system boloński tego rodzaju możliwości stworzył – także trzeciego stopnia (doktoranckich). Zwłaszcza ten ostatni czynnik, jak również dynamicznie rosnące potrzeby w zakresie zwiększenia liczebności kadry dydaktycznej („dziennikarstwo i komunikacja społeczna” jest szczególnie mocno – i to już od lat – „obleganym” przez kandydatów kierunkiem studiów wyższych w Polsce) sprawiają, że coraz pilniejsza staje się potrzeba stworzenia (czy może raczej sformalizowania istnienia) nowej (a przecież od lat faktycznie uprawianej) dyscypliny naukowej. Warto zwrócić przy tej okazji uwagę na fakt, iż słuchacze studiów trzeciego stopnia (doktoranckich) nie mają faktycznie

---

<sup>1</sup> O celowości stworzenia takiej odrębnej dyscypliny badawczej oraz działaniach w tym zakresie (także w kontekście historycznym) pisał uprzednio doc. dr Jan Załubski, *Komu potrzebne jest prasoznawstwo*, [w:] tegoż, *Media i medioznawstwo. Studia i szkice*, Toruń 2006, s. 11 i n.

<sup>2</sup> Zob. głosy w dyskusji na temat wyższego szkolnictwa dziennikarskiego opublikowane w periodyku „Journalism. Theory, Practice and Criticism” Vol. 1 (April 2000), No 1, s. 9–29.

<sup>3</sup> Zob. szerzej na ten temat w: *Media i dziennikarstwo na przełomie wieków. Materiały międzynarodowej konferencji naukowej, Warszawa 6–7 czerwca 1997 roku*, zebrał, wstępem opatrzył i do druku podał J. Adamowski, Warszawa 1998.

szans kontynuacji nauki wybranego przez siebie nurtu studiów, jako że kierunek „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” obejmuje tylko studia pierwszego (licencjackie) oraz drugiego (magisterskie) stopnia. Ponadto do tego rodzaju działania na rzecz uregulowania prawnego statusu nowej–starej dyscypliny nauki motywują m.in. wymagania Państwowej Komisji Akredytacyjnej, akcentującej swoje oczekiwania względem pracowników naukowych, dydaktycznie obsługujących wspomniany już tutaj wielokrotnie kierunek studiów.

Bezsprzecznie istnieją coraz mocniejsze związki między badaniami nad dziennikarstwem jako profesją oraz nad mediami masowymi jako narzędziami, którymi ci pierwsi posługują się w swej codziennej aktywności zawodowej, tak jak i samego procesu komunikowania, którego integralną częścią pozostają zarówno środki społecznego przekazu, jak i zatrudnione w nich osoby. To także przemawia na rzecz powołania jednej dyscypliny naukowej, jednoczącej niejako badania prowadzone w tym zakresie.

Pewien problem, na który zapewne warto zwrócić szczególniejszą uwagę, stanowi swoiste „zamieszanie” terminologiczne istniejące (także na Zachodzie) wokół tej nieakceptowanej w Polsce (miejmy nadzieję, że tylko chwilowo) dyscypliny naukowej. Widowym tego dowodem jest wielość nazw i terminów tej sfery dydaktyki akademickiej i badań naukowych, by przywołać w tym miejscu<sup>4</sup> tylko najbardziej popularne określenia, jak: *journalism studies*, *media studies*, *film and television studies*, *performing arts*, *media and production studies*, *communication studies* (lub *mass communication studies*), czy też (po części) *cultural studies*. Wszystkie one szczególnie szeroko są stosowane w odniesieniu do upowszechniania wiedzy o mediach masowych, komunikowaniu i dziennikarstwie, zwłaszcza w państwach anglosaskich, i faktycznie odnoszą się do sfery kształcenia na poziomie studiów wyższych oraz badawczej.

Nie wnikając szerzej w kwestie terminologiczne, warto podkreślić, że poszukiwanie swojej tożsamości przez dyscyplinę, która już przecież faktycznie od lat funkcjonuje, jest sprawą w najwyższym stopniu normalną i niemogącą budzić w istocie żadnych kontrowersji. Spektrum tematyczne tej nowej, niezbyt może jeszcze precyzyjnie zdefiniowanej dyscypliny, wydaje się bardzo szerokie: od historii mediów i dziennikarstwa poprzez socjologię tego zawodu, prawne podstawy działalności środków przekazu, językowe aspekty tej aktywności, aż po badania wpływu mediów na bieżące życie społeczno-polityczne i gospodarcze czy też – idąc dalej – wszechstronną analizę procesu komunikowania w polityce, kulturze i biznesie. Pole badawcze tej dyscypliny jest więc relatywnie bogate i dające szansę samorealizacji wielu aktywnym na nim badaczom.

Równie obszerna i solidna wydaje się baza służąca uprawianiu wspomnianej

---

<sup>4</sup> Zob. przykładowo wykaz jednostek kształcących na poziomie studiów wyższych w Wielkiej Brytanii: *Media 08: The Essentials guide to the changing media landscape*, ed. by J. Gibson, London 2008, s. 381–385.

nauki (nauk). W sposób naturalny tworzą ją liczne już dzisiaj placówki, w których prowadzone jest nie tylko kształcenie na poziomie studiów wyższych przyszłych kadr dziennikarskich oraz specjalistów w zakresie szeroko rozumianej komunikacji społecznej. Są to dzisiaj spore już niekiedy centra, w których koncentruje się również praca naukowo-badawcza, by wymienić kilka znaczących placówek uniwersyteckich, m.in. w Gdańsku, Krakowie, Katowicach, Lublinie, Poznaniu, Warszawie czy Wrocławiu (przy czym powstają kolejne, np. w Toruniu). Większość z nich ma pełne uprawnienia nie tylko do nadawania tytułu zawodowego magistra, ale także do promowania doktorów, doktorów habilitowanych, a nawet do nadawania tytułu naukowego profesora.

Zauważmy też, że media masowe są na tyle wdzięcznym obiektem badań, iż przyciągają uwagę reprezentantów wielu dyscyplin i specjalności (m.in. ekonomistów, historyków, językoznawców, prawników, psychologów i socjologów). Nieostre są jednak kryteria pozwalające osoby te zakwalifikować do – nawet tak szerokiego – nurtu badawczego, jakim jest medioznawstwo i wiedza o komunikowaniu masowym. Jedynym właściwie jasnym i względnie precyzyjnym merytorycznie kwalifikatorem osób należących do wspomnianej dyscypliny badawczej wydaje się być Państwowa Komisja Akredytacyjna, która za podstawę zakwalifikowania nauczyciela akademickiego do minimum kadrowego dla kierunku studiów „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” przyjęła zgłoszony przez niego (bądź też przez ocenianą uczelnię) dorobek piśmienniczo-badawczy oraz zakres tematyki prowadzonych prac badawczych.

Warto także podkreślić, że ta formalnie nieistniejąca dyscyplina naukowa ma swoją wypracowaną metodologię badań, zapożyczoną z innych dziedzin humanistyki i nauk społecznych (np. historia czy socjologia), ale przecież stale rozwijaną i doskonałą. Ma też, co ważne, wieloletnią tradycję, zapoczątkowały ją bowiem prace badawcze w zakresie wiedzy o prasie drukowanej, prowadzone jeszcze w XIX stuleciu. I wreszcie, ma ona całkiem bogatą literaturę przedmiotu, nie tylko w postaci przedruków dzieł badaczy zachodnich, ale także własnych oryginalnych opracowań stworzonych przez coraz liczniejsze – jak już akcentowano – środowisko rodzimych badaczy mediów masowych, dziennikarstwa i komunikowania. Liczba tych prac, rokrocznie oddawanych do druku, osiągnęła już skalę wielu set opracowań o charakterze monografii lub artykułu naukowego, a publikowane są one nie tylko na łamach regularnie wydawanych periodyków naukowych (z których najbardziej obecnie znane to kwartalniki: krakowskie „Zeszyty Prasoznawcze”, wydawane od końca lat 50. XX w. oraz stołeczne „Studia Medioznawcze”, święćące w bieżącym roku swoje 10-lecie), ale także w ramach specjalnych serii wydawniczych (jak np. Edukacja Medialna, prowadzona przez renomowane Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, czy też Nauka o Komunikowaniu toruńskiego edytora Wydawnictwo Adam Marszałek, że nie wspomnę o innych przedsięwzięciach edytorskich tak znanych i uznanych firm jak Wydaw-

nictwo Naukowe PWN). Coraz więcej tego rodzaju publikacji emitują także renomowane wydawnictwa uczelniane, by wspomnieć tutaj chociażby serię wydawniczą Media, jakże cenionej oficyny Uniwersytetu Jagiellońskiego, czy też analogiczną serię równie szanowanego Wydawnictwa Uniwersytetu Wrocławskiego. Do tego dodać jeszcze należy dziesiątki innych, pojedynczych i rozproszonych pozycji, wydawanych przez stosunkowo niewielkie, ale prężnie działające oficyny prywatne (np. stołeczna ASPRA-JR, edytująca prace warszawskiego środowiska medioznawczego, czy też inna firma warszawska – Elipsa). To wszystko składa się więc *de facto* na ponadprzeciętną, by nie rzec ponadnormatywną aktywność środowiska poszukującego dla siebie szansy dalszego rozwoju naukowego, zgodnie zresztą z aktualnymi tendencjami światowymi, albowiem nauka o mediach masowych i komunikowaniu społecznym przebojem wdziera się nawet do renomowanych, starych uniwersytetów, dotychczas uparcie broniących się przed tego rodzaju „nowinkami” (jak np. University of Cambridge).

Reasumując powyższe uwagi, należy stwierdzić, iż potrzeba formalnego powołania do życia (wpisania do rejestru dyscyplin akademickich w Polsce) nowej dyscypliny, być może pod nazwą „nauka o komunikowaniu i mediach społecznych” (tu zastrzegam się, że to tylko autorska propozycja kilku osób, choć dość szeroko konsultowana w środowisku medioznawców) nie powinna budzić najmniejszych nawet wątpliwości. O potrzebie takiej mówią też setki młodych adeptów nauki, mających dzisiaj niekiedy spore kłopoty z obroną swego doktoratu bądź przeprowadzeniem habilitacji w ramach uniwersyteckich wydziałów nauk społecznych, politologii czy filologicznych.

Kończąc swe rozważania, pragnę, niejako gwoli oddania sprawiedliwości faktycznie istniejącemu stanowi rzeczy dodać, że w oficjalnym wykazie dyscyplin naukowych w Polsce istnieje dziedzina, którą można by uznać za (w pewnym sensie) bliską postulowanej w niniejszym tekście nauce o komunikowaniu i mediach społecznych. Jest nią *nauka o poznaniu i komunikowaniu*, w praktyce na tyle w obecnym swym kształcie odległa i różna od postulowanej przeze mnie dziedziny badań (jednak ściśle związanej ze środkami społecznego przekazu, dziennikarstwem oraz szeroko pojmowaną komunikacją społeczną), że właściwie faktycznie bardziej bliska – jak się wydaje – kulturoznawstwu, a przez to niespełniająca w żadnej mierze oczekiwań środowiska, w którego interesie postulat zawarty w tytule niniejszej publikacji został wyartykułowany. Z wielką nadzieją, że tym razem zostanie z należytą uwagą wysłuchany i pozytywnie rozpatrzony, dla dobra polskiej nauki i ku satysfakcji wielosetosobowego grona badaczy mediów masowych, dziennikarstwa i komunikacji społecznej, mających już nawet własną naukową organizację środowiskową.

**W** końcu pierwszej dekady istnienia „Studiów Medioznawczych”, kwartalnika

MAREK JABŁONOWSKI

## Okiem historyka

## From a historian's perspective

zrodzonego z potrzeby stworzenia forum wymiany myśli i prezentowania związanych z obszarem mediów badań, powszechnie już nazywanych medioznawstwem, śmiało możemy stwierdzić, że jest to dziś jedna z prężniej rozwijających się nauk<sup>1</sup>. Pojawiły się wspólnie definiowane zjawiska, określone problemy do rozwiązania, przyjmowane techniki i metody badań, co prowadzi prostą drogą – dziś już to wyraźnie widać – do powstania samodzielnej dyscypliny.

\* \* \*

---

<sup>1</sup> Przykładowo w ostatnich latach patrz: Z. Bauer, *Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia, teoria, praktyka*, Kraków 2009; J. P. Bieńkowska, *Pół wieku badań nad mediami w Polsce. Konferencja na Uniwersytecie Wrocławskim*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2006, nr 1/2, s. 155–159; J. Chańko, *Nauki pomocnicze historii nowożytnej i najnowszej (XIX i XX w.). Stan i perspektywy*, „Zeszyty Wiejskie” Z. 11 (2006) (tu zob.: Załącznik 1. *Prasoznawstwo historyczne*, s. 246–247; Załącznik 2. *Prasoznawstwo historyczne – zarys zakresu dyscypliny*, s. 254–255; Załącznik 3. *Prasoznawstwo historyczne – próba systematyzacji możliwości wykorzystania prasy w badaniach historycznych*, s. 255–256); B. Dobek-Ostrowska, *Rozwój studiów nad komunikowaniem politycznym w Polsce na tle badań światowych – główne obszary badawcze i perspektywy rozwojowe*, „Global Media Journal” – Polish Edition No. 1 (2006), [www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Dobek-Ostrowska-rozwoj%20badan%20nad%20komunikowaniem.pdf](http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Dobek-Ostrowska-rozwoj%20badan%20nad%20komunikowaniem.pdf); *Dziennikarstwo, media, społeczeństwo*, red. nauk. S. Mocek, Warszawa 2005; T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005; tenże, *Od prasoznawstwa do medioznawstwa: perspektywa naukowego globtrotera*, „Global Media Journal” – Polish Edition No. 1 (2006), [www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Goban-Klas-od%20prasoznawstwa.pdf](http://www.globalmediajournal.collegium.edu.pl/artykuly/wiosna%202006/Goban-Klas-od%20prasoznawstwa.pdf); A. Gwóźdź, *Medioznawstwo – dyskurs czy paradygmat badań kulturoznawczych*, „Kultura Współczesna” 2007, nr 1, s. 80–92; tenże, *O pewnym możliwym aliansie, czyli w stronę medioznawstwa jako kulturoznawstwa*, „Kultura Współczesna” 2008, nr 2, s. 204–213; *Media i komunikowanie w społeczeństwie demokratycznym*, red. S. Michalczyk, Sosnowiec 2006; K. Migoń, *Bibliologia wobec medioznawstwa: izolacja, komplementarność czy integracja*, [w:] *Książka i prasa w systemie komunikacji społecznej*, pod red. M. Judy, Lublin 2002, s. 13–18; I. Niebał-Buba, *50 lat badań nad komunikowaniem i mediami w Polsce: stan obecny, wyzwania i perspektywy*, „Studia Medioznawcze” 2007, nr 1, s. 113–125; W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008; J. Załubski, *Komu jest potrzebne prasoznawstwo?*, „Studia Medioznawcze” 2005, nr 4, s. 26–39; tenże, *Media i medioznawstwo*, Toruń 2006 (tu zob. *Komu potrzebne jest prasoznawstwo?*, s. 11–28); G. Zaraziński, *Komunikacja i media. Wprowadzenie*, Siedlce 2006.



Dowodem na ogromne tempo jej rozwoju może być na przykład utrwalenie w naukowym obiegu jej nazwy – medioznawstwa, kojarzonego coraz częściej z komunikacją społeczną lub masowym komunikowaniem się. Gdy w 2004 r. opublikowałem w „Studiach Medioznawczych” artykuł *Źródła a media masowe – próba systematyki*<sup>2</sup>, jednym z poruszanych w nim zagadnień była kwestia nazwy nowej dyscypliny, oddająca stan ówczesnych dyskusji na ten temat. Pisałem wtedy: „Pomimo wieloletnich dyskusji i prób przyjęcia jednolitych ustaleń, w dalszym ciągu sporna pozostaje kwestia nazwy dyscypliny stawiającej sobie za przedmiot badań m.in. różnorodne aspekty nowoczesnego komunikowania, marketingu medialnego i public relations, prawa prasowego, systemów medialnych, języka środków masowego komunikowania, ekonomiki mediów czy problemów historii prasy i dziennikarstwa. Upraszczając problem, skonstatować można, że jedni z badaczy, wskazując na niepowodzenia we wprowadzaniu do obiegu naukowego takich nazw jak m.in. komunikologia, nauka o komunikowaniu czy komunikatyka, skłaniają się do tradycyjnej nazwy *prasoznawstwo*, w nawiązaniu do tytułu krakowskich »Zeszytów Prasoznawczych«. Inni opowiadają się za *komunikowaniem masowym*, rozumiejąc pod tym terminem proces porozumiewania się ludzi za pomocą prasy, radia i telewizji oraz mowy, przekazów graficznych, wszelkich dźwięków akustycznych czy znaków wizualno-światlnych. Jeszcze inni lansują pojęcie komunikologii jako nauki zajmującej się naturą, procesem i systemem znaków wszystkich form komunikowania, które obejmują czas, przestrzeń, osobowość i okoliczności. Wydaje się, że dyskusji w tym zakresie nie można uznać za zamkniętą. W ostatnich latach coraz większą popularnością cieszy się termin *medioznawstwo*, związany z komunikowaniem masowym w jego najbardziej rozwiniętej formie, widzianej w potrójnej perspektywie: teoretycznej, technicznej i praktycznej. Określenie jest zwarte i swą budową nawiązuje do etymologii nazw uznanych już dyscyplin, jak na przykład językoznawstwo, prawoznawstwo czy towaroznawstwo. Nadmienić też wypada, że gdy w 2000 r. w obiegu naukowym znalazł się kwartalnik »Studia Medioznawcze« [...], jego nazwa nie wzbudziła sprzeciwów zainteresowanego środowiska”. Dziś, po zaledwie 5 latach, śmiało można stwierdzić, że etap dyskusji nad podstawową terminologią mamy za sobą.

\* \* \*

Warto też, jak sądzę, przywołać inne tezy przedstawionego wtedy artykułu, po zweryfikowaniu i uzupełnieniu ich zgodnie z dzisiejszym stanem wiedzy. Podstawowym zadaniem medioznawstwa jest, jak w każdej dyscyplinie, poznanie. Nauka o mediach ma poznawać zjawiska z zakresu wewnętrznego i międzynarodowego obiegu informacji we wszystkich możliwych do uchwycenia formach, podej-

---

<sup>2</sup> M. Jabłonowski, *Źródła a media masowe – próba systematyki*, „Studia Medioznawcze” 2004, nr 1, s. 29–41.

mować badania w tym zakresie, poznawać ich źródła i efekty<sup>3</sup>. Poznanie powinno prowadzić między innymi do ustalenia relacji zachodzących między myślą ludzką (poglądy, programy, doktryny) a działaniem (publikacja, audycja radiowa, emisja telewizyjna czy udostępnienie w internecie). Jeżeli relacje, tendencje i prawidłowości istniejące w rzeczywistości tworzonej przez media zostaną określone, stworzy się podłoże (przesłanki) do wyprowadzania uogólnień i podejmowania prób prognozowania. Reasumując, *medioznawstwo* ma umożliwiać naukową analizę i ocenę środków masowego przekazu. Wiedza teoretyczna daje możliwość nie tylko opisu istniejącej rzeczywistości, ale przygotowywania ocen, prognoz i różnego rodzaju kampanii medialnych.

Przedmiotem nauki o mediach jest szeroko pojęta współczesność, czyli to, co dzieje się w obszarze mediów i z mediami w świecie. Z punktu widzenia historyka i politologa, cokolwiek by się zdarzyło w relacjach między ludźmi, jest już zdarzeniem przeszłym i podlega takim zasadom poznawczym, jakie obowiązują we wspomnianych naukach (wszystko to, co nie jest prognozą, jest historią)<sup>4</sup>. W tym sensie medioznawstwo, podobnie jak pozostałe nauki społeczne, może być także traktowane jako nauka historyczna. Historia w najszerszym rozumieniu (polityczna, gospodarcza, wojskowa, a nade wszystko kultura, a więc także prasy, radia, telewizji, a teraz i internetu) stanowi wprowadzenie do medioznawstwa, kształtuje bowiem trudną do zdefiniowania podstawę do humanistycznej oceny każdego problemu<sup>5</sup>. W tym kontekście historyk musi uczynić zastrzeżenie, iż należy przy tym pamiętać o niebezpieczeństwach czyhających na badaczy. Brak odpowiedniej perspektywy, a także niewłaściwy dobór stosownych źródeł, może mieć zasadniczy wpływ na interpretację faktów lub prowadzić do prób ich zmieniania. O tym powinni pamiętać także medioznawcy<sup>6</sup>.

\* \* \*

---

<sup>3</sup> Na podstawie zainteresowań badawczych pracowników naukowych Instytutu Dziennikarstwa UW, publikowanych prac oraz odbywających się w ostatnich latach konferencji, można stwierdzić, że zainteresowania medioznawców koncentrują się m.in. na problematyce struktur i charakterystyce mediów krajowych i międzynarodowych, ekonomii mediów, obowiązujących modeli, relacji między nadawcami, stosunków własnościowych w mediach i kwestiach ich finansowania, reklamy i public relations, dostępu do mediów, cenzury i autocenzury, przyszłości mediów, a zwłaszcza internetu, zagadnień prawa prasowego, międzynarodowych systemów, zwłaszcza w państwach poradzieckich, mediów w jednoczącej się Europie, oraz języka środków masowej informacji.

<sup>4</sup> J. Ryszka, *Nauka o polityce. Rozważania metodologiczne*, Warszawa 1984, s. 19–20.

<sup>5</sup> Nieco inaczej problem ten przedstawił T. Kowalski (*Mediamorfoza – rzecz o przyszłości mediów i mediach przyszłości w aspekcie konwergencji*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 1, s. 23) stwierdzając: „Perspektywa historyczna rozwoju mediów wskazuje na proces przypominający ewolucję gatunków biologicznych – nowe formy medialne rozwijały się często jako pewne wzbogacenie lub poszerzenie form istniejących wcześniej”. W tym kontekście nasuwa się jeszcze jedna refleksja – nowe media niezwykle szybko starzeją się, muszą ustępować miejsca nowym i stają się mediami klasycznymi; szerzej patrz W. Dudek, *Nowe media a zmiany sposobu kształcenia na poziomie akademickim*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 4, s. 19.

<sup>6</sup> Teoretycznie historyk może przyjąć także odmienne założenie, że każda powstająca praca tylko przybliży nas do wyjaśnienia problemu, a ewentualną korektę przyniosą kolejne opracowania;



Badając zjawiska związane z obiegiem informacji, uczeni wykorzystują i posługują się metodami wielu nauk<sup>7</sup>. Wydaje się, że możemy je określić jako „nauki pomocnicze medioznawstwa”. Wyodrębnienie się i stały rozwój nauki o mediach sprawia, iż liczba jej „nauk pomocniczych” nieustannie rośnie. Rozwój ten pozostaje w związku z postępowaniem nie tylko nauk humanistycznych czy przyrodniczych (np. precyzyjne pomiary), ale i różnorodnych dziedzin technicznych (fotografia, radio, telewizja, cyfrowe techniki zapisu informacji). Korzystając z dorobku tych nauk, uzyskuje się wiedzę z zakresu formułowania i osiągania celów przez media i rządzących nimi praw, dzięki czemu możliwe jest m.in. przeprowadzenie poprawnej analizy zachodzących w mediach procesów i ustalenie rządzących nimi prawidłowości. Do podstawowych „nauk pomocniczych medioznawstwa”, decydujących o jego interdyscyplinarności, a jednocześnie pewnej niespójności i eklektyczności na obecnym etapie<sup>8</sup>, należy zaliczyć historię, politologię, prawo, polonistykę, socjologię, ekonomię, statystykę, kulturoznawstwo i psychologię społeczną. Każda z wymienionych nauk stanowi odrębną dziedzinę wiedzy z własnym przedmiotem badań<sup>9</sup>, wszystkie one mogą być też narzędziem pracy medioznawcy i stanowić nieodłączną część jego warsztatu naukowego.

Stosunkowo prostą operacją byłoby prześledzenie wzajemnych związków medioznawstwa i jego „nauk pomocniczych”. Jednakże nie wyczerpuje to problemu. Wydaje się, że szczególną uwagę należy zwrócić obecnie na możliwości, jakie stwarza nowoczesna technologia. Internet jest dziś nie tyle narzędziem, co źródłem źródeł<sup>10</sup>. Bez obawy można także założyć, iż rozwój dziennikarstwa *online* i związane z tym badania już stworzyły nową jakość we współczesnym medioznawstwie.

---

patrz na ten temat: T. Mielcarek, *Między monopolami a pluralizmem. Zarys dziejów środków komunikowania masowego w Polsce w latach 1989–1997*, Kielce 1998, s. 8.

<sup>7</sup> Na temat „epistemologicznej schizmy”, która rozdziela naukę o mediach w nurcie europejskim oraz amerykańskim, patrz: T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Kraków 1999, s. 92–93, a także uzupełniając: W. Dudek *Ewolucja zainteresowań badawczych mediami*, [w:] *Środki masowej informacji w Polsce po likwidacji instytucji cenzury (1990–2000)*, pod red. nauk. J. Adamowskiego, Warszawa 2000, s. 15.

<sup>8</sup> Szerzej na ten temat zob. *Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne*, pod red. B. Dobek-Ostrowskiej, Wrocław 2001, s. 26 oraz 31.

<sup>9</sup> Na ten temat patrz interesujące refleksje W. Kolasy, *Potrzeby prasoznawstwa a bibliografia czasopism w dekadzie przemian*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej” 2001, z. 1, s. 178. Zob. też: *Nauka o komunikowaniu...*, s. 24–25. B. Dobek-Ostrowska, za: A. Mucchelli, *Les sciences de l'information et de la communication*, Paris 1998, stara się przedstawić siedem dziedzin badań w nauce o mediach: pierwsza z nich grupuje prawo, historię i antropologię kultury, druga – językoznawstwo, lingwistykę, semiologię, pragmatykę, trzecia – dokumentację, informatykę i telekomunikację, czwarta – filozofię, filozofię nauk i epistemologię, piąta – ekonomię, zarządzanie, marketing, reklamę i public relations, szósta – psychologię i psychologię społeczną, siódma zaś – socjologię organizacji, socjologię mas mediów i nauki polityczne.

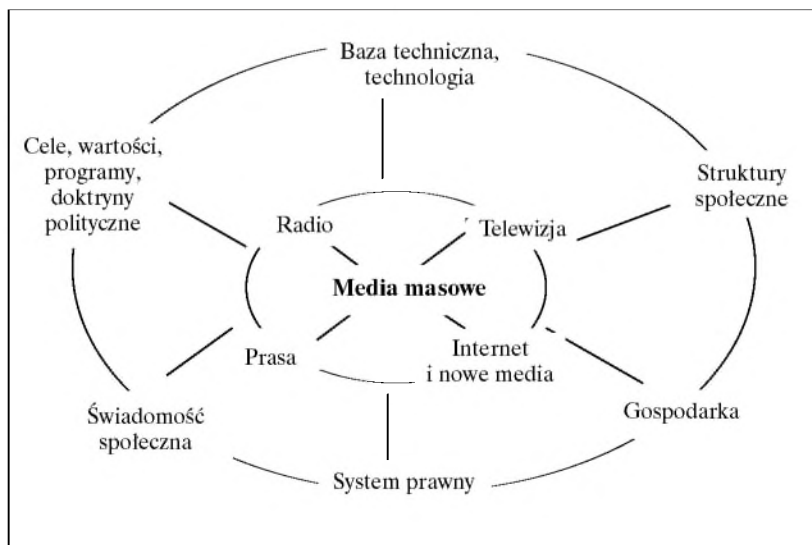
<sup>10</sup> K. Narojczyk, *Warsztat badawczy historyka w dobie rewolucji informatycznej*, [w:] *Wybrane problemy warsztatowo-dydaktyczne studiów historycznych. Materiały dla nauczycieli i studentów historii*, red. nauk. M. Szczurowski, Toruń 2001, s. 40–43; A. Adamczyk, *O potrzebie poszerzenia zakresu nauk pomocniczych historii w warsztacie naukowym historyka-specjalisty dziejów najnowszych*, tamże, s. 98–103.

Komputer staje się wrogiem dotychczasowego – „erudycyjnego” – podejścia do badań, usprawnia warsztat, zmienia sposoby gromadzenia, przetwarzania i organizacji informacji, umożliwia dostęp do zasobów bibliotek i baz danych, w tym i archiwów redakcyjnych, w skali krajowej i międzynarodowej<sup>11</sup>.

\* \* \*

Jednym z zasadniczych pytań stawianych w nauce o mediach pozostaje kwestia: co i dlaczego wywołuje zmiany zachodzące w obszarze mediów współczesnych? Jest to więc pytanie o otoczenie, w jakim media funkcjonują. Odpowiadając na nie, dochodzimy do wniosku, że środki masowej informacji opisują i współtworzą tę część życia społecznego, która szczególnie ostro odzwierciedla procesy zachodzące w różnych dziedzinach życia i jest przez te dziedziny (wartości, cele i programy polityczne, struktura danego społeczeństwa, świadomość społeczna, stan bazy technicznej i gospodarki, obowiązujący system prawny, istniejące rozwiązania administracyjne, inne media) w znaczącej mierze określana. Biorąc pod uwagę historyczne i społeczne uwarunkowania zjawisk medioznawczych oraz wpływ na nie różnorodnych czynników, można pokusić się, idąc śladem politologa Artura Bodnara<sup>12</sup>, o próbę graficznego ich przedstawienia, w celu uzyskania „pola mediów” (patrz rys.).

Zarysowanie „pola mediów” daje podstawę do wyprowadzenia kilku wnio-



<sup>11</sup> W tym miejscu, niejako na marginesie, należy odnotować, że rozwój badań medioznawczych oraz dydaktyki w tym zakresie wymusił już tworzenie przez jednostki badawcze centrów multimedialnych. Zagadnienie to nie wchodzi w zakres niniejszych rozważań.

<sup>12</sup> A. Bodnar, *Ekonomika i polityka. Podstawowe zależności*, Warszawa 1978, s. 16–23, wprowadził pojęcie „pola polityki”. W tej kwestii patrz także P. Barwise, K. Hammond, *Media*, Warszawa 2000, s. 71.

sków o charakterze ogólnym. Pojęcia elementarne dla współczesnych mediów to polityka i administracja, polityka gospodarcza, struktury i programy społeczne, świadomość społeczna, ideologie i doktryny polityczne, prawo oraz baza techniczna i technologiczna. Media kształtowane są także przez nie same, dlatego też nie należy ich traktować jedynie jako prostego nośnika informacji, ale byt funkcjonujący samodzielnie, w którego zawartości (układzie treści, kompozycji i ekspresyjności tytułów, objętości, reklamach, cenie, a w końcu nakładzie) odbijają się istniejące stosunki między mediami a pozostałymi elementami „pola mediów” oraz istniejące struktury społeczne określające preferowane i przenikające społeczeństwo cele, wartości, programy i doktryny polityczne, które mają także bezpośredni wpływ na świadomość polityczną odbiorców przekazów medialnych. W tym kontekście nie należy zapominać, że w wyniku splotu różnych istotnych okoliczności społecznych, ekonomicznych itp. jednostki mogły i zdobywały wpływ na kształt i funkcjonowanie mediów, odciskając na nich swoje piętno.

Unikatowa wartość mediów dla świata polityki bierze się stąd, że mogą one zaoferować tak wielką publiczność (odbiorców), niemożliwą do pozyskania w żaden inny sposób, której ponadto dostarczają informację charakteryzującą się aktualnością i kompletnością. Bezpośredni wpływ na funkcjonowanie mediów ma także stan gospodarki określający służącą im bazę techniczną i technologiczną, choć warto pamiętać, że technologiczna wartość wynalazków nie przesądza automatycznie o ich szerokiej akceptacji. Zjawiska i procesy towarzyszące mediom są z sobą powiązane, wpływają na siebie i warunkują wzajemnie, zmieniają się w czasie oraz znajdują odbicie w istniejącym i przekształcającym się, także pod ich wpływem, systemie prawnym. Oznacza to, że media współcześnie funkcjonują w ramach pewnego systemu, systemu przekraczającego granice państw i narodów, który dynamicznie się rozwija<sup>13</sup>. Każdy z jego elementów ma wpływ na funkcjonowanie całości, natomiast żaden nie ma wyłączności w oddziaływaniu na pozostałe. „Pole mediów” jako całość jest bezinstytucjonalne, co w konsekwencji oznacza, że jest ono elastyczne i niesformalizowane, a media mogą wpływać na inne elementy systemu.

\* \* \*

Jeżeli uświadamiamy sobie, jak bardzo złożone jest „pole mediów” i jaki jest jego zasięg, a także zgodzimy się, że wiedza historyczna stanowi jeden z elementów istotnych dla medioznawstwa, to analiza zjawisk z tego obszaru uzależniona będzie także od tego, jak zdołamy odczytać i zinterpretować spuściznę przeszłości. Pod pojęciem spuścizny należy rozumieć różnego rodzaju źródła, nad których

---

<sup>13</sup> W. Sonczyk, *Media w Polsce. Zarys problematyki*, Warszawa 1999, s. 12–16. Funkcjonuje wręcz pojęcie, zwłaszcza wśród francuskich teoretyków komunikowania, „mediatyzacji polityki”, szerzej patrz B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne jako obszar badań naukowych*, „Studia Medioznawcze” 2001, nr 2, s. 63.

definicją w literaturze, zwłaszcza historycznej, od dziesiątków lat trwają dyskusje. Nie jest celem autora referowanie tej dyskusji<sup>14</sup>. Wydaje się, że z punktu widzenia medioznawcy źródłem historycznym będzie wszelki ślad myśli czy działalności ludzkiej, traktowany dwojako – jako odbicie procesu dziejowego i jako jego wytwór<sup>15</sup>. Będzie to zatem „każda pozostałość przeszłości, która może nas informować o minionych wydarzeniach dotyczących dziejów ludzkości, a więc mieszczących się w pojęciu historia”<sup>16</sup>.

Literatura notuje wiele propozycji podziału źródeł historycznych<sup>17</sup>. Różnorodność źródeł pozostających w dyspozycji badacza mediów nieuchronnie kierować musi jego uwagę na konieczność określonego ich uporządkowania, choć ujęcie ich w jeden spójny system jest rzeczą niezwykle trudną. Wynika to przede wszystkim z ich rozmaitej formy i treści. Ponadto każde ze źródeł jest powiązane z innymi, co stwarza trudności przy szeregowaniu ich do odpowiedniej kategorii. „Tradycyjną” już typologię tych źródeł autor przedstawił w cytowanym już artykule z 2004 r.<sup>18</sup> Dziś natomiast warto dodać, że obecnie – rzecz można z godziny na godzinę – historyk, dzięki coraz zasobniejszym archiwom i bibliotekom cyfrowym rejestrującym „pamięć świata”, otrzymuje dostęp do źródeł, o których często mógł tylko marzyć.

\* \* \*

Niejako na marginesie rodzi się uwaga, że rozwijający swą dziedzinę historycy szeroko sięgają do informacji zawartych w mediach. Od kilku już lat w naukach historycznych proponuje się nowy sposób badania przeszłości, tzw. historię drugiego stopnia, w którym analiza symbolicznego wymiaru przeszłości dokonuje się poprzez badanie funkcjonowania między innymi miejsc pamięci. Historycy nie ograniczają się do prostego postrzegania pewnych wydarzeń czy postaci, lecz pytają o to, co z owym postrzeganiem przeszłości działo się później w zbiorowej imaginacji, jakie asocjacje i interpretacje były przez kogo, kiedy i w jakim celu

---

<sup>14</sup> Przykładowo można odwołać się do prac: Ch. V. Langlois, Ch. Seignobos *Wstęp do badań historycznych*, Lwów 1912; S. Kościałkowski *Historyka. Wstęp do studiów historycznych*, Londyn 1954; J. Topolski *Metodologia historii*, Warszawa 1968; B. Miśkiewicz *Wstęp do badań historycznych*, Warszawa 1974; E. Mierzwa, *Historyka*, Kielce 1997; Z. Wojtkowiak, *Nauki pomocnicze historii najnowszej. Źródła narracyjne. Cz. 1: Pamiętnik, tekst literacki*, Poznań 2001.

<sup>15</sup> W tym miejscu nasuwa się refleksja o wspólnych korzeniach tak rozumianej definicji ze spojrzeniem na kulturę jako całość reprezentowaną przez J. Szczepańskiego (*Elementarne pojęcia socjologii*, Warszawa 1972, s. 78), według którego: „Kultura to ogół wytworów działalności ludzkiej, materialnych i niematerialnych, wartości i uznawanych sposobów postępowania, zobiektywizowanych i przyjętych w dowolnych zbiorowościach, przekazywanych innym zbiorowościom i następnym pokoleniom”.

<sup>16</sup> A. Świeżawski, *Warsztat naukowy historyka. Wstęp do badań historycznych*, Częstochowa 2001, s. 120.

<sup>17</sup> *Tamże*, s. 121–135.

<sup>18</sup> M. Jabłonowski, *Źródła...*, s. 36.

wzmacniane tudzież wytwarzane, jaka była ich skuteczność i jak wpisywały się w mechanizmy kreowania zbiorowego poczucia tożsamości jednych, a wykluczenia innych<sup>19</sup>. Badanie takie oznacza między innymi konieczność znacznego rozszerzenia bazy źródłowej, wykorzystania danych zawartych w prasie drukowanej, mediach elektronicznych i internecie. Określa to jednoznaczne wyjście poza wąsko rozumianą tekstualność, szeroki styk i interdyscyplinarną współpracę z medioznawstwem (medioznawcami), co pozwala przedstawicielom obu dziedzin zajmować się problemami bez konieczności stosowania wymaganych przez dyscypliny restrykcji. Poprzez zerwanie z chronologicznym opisem przeszłości, historia drugiego stopnia pozwala wyzwolić się z tradycyjnej formy rekonstrukcji przeszłości i prowokuje do zadawania źródłom innych pytań oraz stosowanie odmiennej od tradycyjnej formy narracji<sup>20</sup>. Tu, jak się wydaje, powstaje bardzo interesujące pole do współpracy medioznawców i historyków, gdzie mogą spotykać się zainteresowania, warsztaty i obszary badawcze.

\* \* \*

Dla medioznawców ponad wszystko podstawowym źródłem informacji pozostają same media. Na podstawie pozyskiwanych materiałów badacze mogą na bieżąco śledzić, rejestrować i oceniać zachodzące zmiany i tendencje. Tu niejako na marginesie rodzą się cztery uwagi. Pierwsza z nich jest taka, że pomimo pozorowanej obfitości informacji, występują problemy z dotarciem do wielu podstawowych wiadomości<sup>21</sup>. Druga z nich dotyczy stosowanych metod badawczych i dróg pozyskiwania materiałów. Z dzisiejszej perspektywy niezbędna w tym przypadku wydaje się bliska współpraca zainteresowanego środowiska z różnego rodzaju pracownikami badania mediów i opinii społecznej. Musi ono bowiem dysponować odpowiednim materiałem empirycznym. Dzięki internetowi badacz ma dostęp do „kopalni” danych wtórnych<sup>22</sup>, w tym i wyników badań opinii publicznej. Trzecia wiąże się z koniecznością archiwizowania materiałów, teraz także z internetu, tak aby można z nich było korzystać także w przyszłości. Należy więc dokładać starań, aby materiały archiwalne przegrywać na nośniki cyfrowe, a popierać te instytucje i redakcje, które tworzą i udostępniają swe elektroniczne archiwa,

<sup>19</sup> Opis projektu polsko-niemieckie miejsca pamięci zob.: [www.cbh.pan.pl](http://www.cbh.pan.pl) [dostęp: 21.09.2009] oraz *Historia drugiego stopnia – kilka uwag krytycznych*, [w:] *Deutsche-polnische Erinnerungsorte. Reader dla Autorów i Autorów na temat polsko-niemieckich miejsc pamięci*, Berlin 2009, s. 27–28 (mps).

<sup>20</sup> Patrz wystąpienie R. Traby, wraz z zespołem, w trakcie panelu „Tożsamość i pamięć. W poszukiwaniu nowego paradygmatu w badaniach historycznych”, XVIII Powszechny Zjazd Historyków Polskich, Olsztyn 17.09.2009.

<sup>21</sup> Przykładowo, badacz zajmujący się prasą współczesną nie może być usatysfakcjonowany z żadnej z istniejących bibliografii – patrz szerzej W. Kolasa, *Potrzeby prasoznawstwa...*, a wydawcy często zazdrośnie strzegą informacji na temat ekonomicznych podstaw swej działalności – na ten temat szerzej: M. Wierusz-Kowalski, *Współczesna prasa hipologiczna*, Warszawa 2002 (mps).

<sup>22</sup> M. Szpunar, *Internet w procesie gromadzenia danych o charakterze wtórnym*, „Studia Medioznawcze” 2009, nr 2, s. 142.



jak to ma miejsce w przypadku „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej”. Ostatnia uwaga nasuwa się w związku z rozwojem szeroko pojętej bazy technicznej mediów – naukowcy muszą liczyć się z sytuacją stałego wzrostu ilości przekazywanych informacji, które będą musieli uwzględniać i przetwarzać, ale przede wszystkim – weryfikować.

\* \* \*

Badacz, zwłaszcza początkujący, mając do czynienia z różnymi rodzajami źródeł, częstokroć stwierdza, że odczytanie zawartych w nich informacji sprawia mu trudności. Wynikają one z różnych właściwości gromadzonych materiałów. Rozwiązaniem jest pozyskiwanie jak największej liczby informacji ułatwiających pracę ze źródłami. W procedurze poznawczej najważniejsze jest bowiem takie odczytanie analizowanych treści, aby odpowiadały one intencjom ich autora – nadawcy. Medioznawca powinien dysponować możliwie wszechstronnymi wiadomościami odnośnie do analizowanej kwestii – w powiązaniu z kontekstem historycznym zagadnień, jakie podejmuje. Chodzi zwłaszcza o język analizowanego okresu, jego symbole, kulturę (w tym kulturę techniczną) czy właściwych dla niego sposobów przekazywania informacji. W tym miejscu nasuwa się uwaga o szczególnej roli i znaczeniu „ nauk pomocniczych medioznawstwa” wskazanych wcześniej. Nawiązując do metodologii historii, lecz stosując własne narzędzia badawcze, medioznawca powinien przeprowadzać krytykę źródła w celu oddzielenia informacji autentycznych od bezwartościowych czy niewiarygodnych<sup>23</sup>. Z tego punktu widzenia pracę nad źródłami należy podzielić na krytykę:

- zewnętrzną (materialna istota źródła, jego forma i widoczne cechy, pochodzenie, datowanie, stan zachowania), pozwalającą na odtworzenie procesów, jakie znalazły odbicie w jego formie i treści. W tym miejscu warto odnotować, że stwierdzenie wszelkich zmian czy przekształceń pierwotnego przekazu także stanowi niezwykle istotną informację dla badacza;
- wewnętrzną, mającą na celu zbadanie, czy treść przekazu podaje fakty (informacje) mające rzeczywiście miejsce.

Pamiętając, że podział na krytykę zewnętrzną i wewnętrzną to dwa różne elementy krytyki źródła, warto podkreślić, iż w praktyce obie czynności się uzupełniają, rozstrzygając o pochodzeniu, autentyczności i wiarygodności analizowanych materiałów.

---

<sup>23</sup> Przykładowo patrz: B. Miśkiewicz, *Wstęp do badań...*, s. 174 i n. oraz E. Mierzwa, *Historyka*, rozdz. XVI–XVII. Por. też: I. Ihnatowicz, *Nauki pomocnicze historii XIX i XX w.*, Warszawa 1990, s. 143 i n.

\* \* \*

We współczesnym świecie niezwykle przyspieszenia nabral obieg informacji. Badacz, także badacz mediów, cierpi raczej na ich nadmiar. Nie oznacza to, że może pozwolić sobie na brak krytycyzmu w podejściu do źródeł, jakimi dysponuje. Zdając sobie sprawę, iż prowadzone rozważania jedynie „naskórkowo” traktują podjęty temat, warto mimo to pokusić się o kilka uwag o charakterze ogólnym:

- wiele kwestii z zakresu metodologii nauki o mediach wymaga jeszcze pogłębionej i krytycznej dyskusji;
- istnieje consensus, że medioznawstwo ma umożliwiać naukowe analizy, oceny i prognozy dotyczące środków masowego przekazu oraz przynosić wiedzę z zakresu formułowania i osiągania celów przez media i rządzących nimi praw;
- istnieje grupa nauk, które można określić jako „nauki pomocnicze medioznawstwa”, stanowią one narzędzia pracy badaczy mediów, będąc nieodłączną częścią ich naukowego warsztatu, a ich liczba powiększa się;
- nauka o mediach dotyczy tej części życia społecznego, które stanowi szczególnie jaskrawe odbicie procesów zachodzących w różnych dziedzinach życia i jest przez te dziedziny w znaczącej mierze uwarunkowana; uchwycenie tych uwarunkowań daje możliwość wykreślenia „pola mediów współczesnych”;
- medioznawca, podobnie jak badacze wielu innych nauk, dysponuje różnymi rodzajami źródeł dostarczających wiedzy odnoszącej się do podejmowanego problemu, podstawowym pozostają same media;
- różnorodność źródeł, pozostających w dyspozycji badacza mediów, powoduje konieczność określonego ich podziału;
- celem poprawnego odczytania informacji zawartych w różnorodnych źródłach medioznawca przeprowadza ich krytykę, rozstrzygając o pochodzeniu, autentyczności i wiarygodności materiału.



WIKTOR PEPLIŃSKI

## Czy nauka o dziennikarstwie i komunikacji społecznej może wybić się na niezależność?

## Can journalist and social communication studies become independent?

**P**arafrazując tytuł znanej osiemnastowiecznej broszury politycznej, warto zastanowić się, czy dziennikarstwo i komunikacja społeczna może i powinna stać się samodzielnym kierunkiem nauki. Pytanie to można sformułować jeszcze inaczej – czy należy usankcjonować formalnie dyscyplinę, która w rzeczywistości istnieje i przeżywa w Polsce, co najmniej od dwudziestu lat, niezwykle dynamiczny rozwój, mierzony zarówno intensywnością badań, obfitością publikacji, jak i przede wszystkim skalą praktycznego wykorzystania.

Czy należy usankcjonować naukowo dyscyplinę, która nie tylko funkcjonuje w innych krajach jako samodzielny kierunek nauki (np. Stany Zjednoczone – *Communications* oraz *Journalism*, w krajach zachodnioeuropejskich *Medienwissenschaft*, *Kommunikations Wissenschaft*), ale jest tam jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się kierunków nauki. Mimo to nie ma ona w Polsce statusu odrębnej dyscypliny naukowej.

### Uwarunkowania potrzeby stworzenia samodzielnej dyscypliny naukowej

Od 1917 roku są prowadzone w różnych formach w Polsce studia dziennikarskie. Od 1995 r. Rada Główna Szkolnictwa Wyższego nadała im nazwę „Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna”. Zgodnie z wprowadzonym w Polsce „systemem bolońskim” odbywają się one na dwóch poziomach – studiów licencjackich

kich i uzupełniających studiów magisterskich. Trzeci etap systemu bolońskiego (studia doktoranckie) nie może być realizowany z oczywistych względów – brak uznania kierunku za osobną dyscyplinę naukową. Studia te cieszą się niesłabnącą popularnością wśród kandydatów na wyższe studia, osiągając najczęściej pierwsze miejsca w rankingu osób przypadających na jedno miejsce w corocznych procesach rekrutacyjnych. Przykładem może być sytuacja dziennikarstwa funkcjonującego od roku akademickiego 2006/2007 na Uniwersytecie Gdańskim, gdzie przez dwa kolejne lata liczba kandydatów przypadających na jedno miejsce sytuowała się na pierwszym miejscu w skali całego Trójmiasta, a w 2009 r. na drugim miejscu, ustępując pierwszego tylko stomatologii na Uniwersytecie Medycznym.

Na studiach politologicznych, filologicznych i socjologicznych istnieją specjalizacje zawodowe dziennikarskie lub medioznawcze. Praktycznie w każdej placówce akademickiej prowadzącej studia dziennikarskie są studia podyplomowe z tego zakresu. Według danych Państwowej Komisji Akredytacyjnej takie studia prowadzi w Polsce 40 uczelni akademickich, zarówno publicznych jak i niepublicznych. W 28 placówkach (głównie szkołach niepublicznych) prowadzone są studia pierwszego stopnia, a w 12 (publicznych) pierwszego i drugiego stopnia.

Wszystko to powoduje, że liczba nauczycieli akademickich zajmująca się kształceniem studentów w tym zakresie wynosi co najmniej kilkaset osób i stale rośnie. Niezbędne dla ich prowadzenia minimum kadrowe liczy 455 osób<sup>1</sup>, a liczba ta dotyczy tylko części zatrudnionej kadry w poszczególnych jednostkach, bo dotyczy tylko tzw. minimum kadrowego. Egzemplifikacją tego stanu rzeczy może być liczebność kadry w czołowych ośrodkach akademickich prowadzących studia z tego zakresu. Na przykład w Instytucie Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego jest zatrudnionych 70 osób, na dziennikarstwie w Uniwersytecie Jagiellońskim 27 osób, w Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu 23 osoby. Zgodnie z wymogami Państwowej Komisji Akredytacyjnej (a także Uniwersyteckiej Komisji Akredytacyjnej) osoby te muszą dysponować odpowiednimi stopniami i tytułami naukowymi, a kryterium zaliczenia ich do minimum kadrowego na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowi dorobek naukowy z zakresu medioznawstwa i komunikacji społecznej<sup>2</sup>. Powoduje to, że intensywność prowadzonych badań inspirowana przez rozwój szkolnictwa dziennikarskiego jest bardzo duża. Co roku powstają nowe prace doktorskie, habilitacyjne, książki profesorskie, dotyczące mediów

<sup>1</sup> Według stwierdzeń samej PKA liczba ta nie jest w pełni precyzyjna, bo niektóre jednostki nie zgłaszają na czas faktu uruchomienia tego rodzaju studiów.

<sup>2</sup> Por. Uchwała Nr 1043/2004 Prezydium Państwowej Komisji Akredytacyjnej z dnia 28 października 2004 r. w sprawie zasad przeprowadzania wizytacji (tekst jednolity uwzględniający zmiany wprowadzone Uchwałą Nr 974 z dnia 13 grudnia 2007) „Raport zespołu oceniającego Państwowej Komisji Akredytacyjnej...” Cz. IV Nauczyciele akademicy, p. 3 i 5.

i komunikacji społecznej. O przyznaniu stopni i tytułów naukowych z tego zakresu decydują najczęściej komisje, rady instytutów lub rady wydziału kierunków filologicznych, historycznych, politologicznych, niekiedy socjologicznych, pedagogicznych lub psychologicznych. Gremia, które dokonują oceny poszczególnych rozpraw często stosują dosyć sztywne kryteria, szczególnie dotyczące metod badawczych i zakresu poznawczego rozpraw medioznawczych. Patrzą na ten temat przede wszystkim z punktu widzenia własnej dyscypliny, kwestionując niekiedy brak zastosowania właściwych dla swojej dyscypliny metod badawczych lub w ogóle sam zakres badawczy. Niekiedy padają pytania, dlaczego mamy nadać komuś stopień doktora z zakresu historii literatury, politologii czy historii, gdy praca nie jest stricte historyczno-literacka, politologiczna czy historyczna? Sytuacje takie stanowią znaczące utrudnienia w rozwoju kadry naukowej z tego zakresu.

Dla potrzeb tak rozwiniętego szkolnictwa dziennikarskiego powstają nowe serie wydawnicze, w ramach których ukazują się podręczniki akademickie (np. *Edukacja Medialna* edytowana przez Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, *Edukacja Medialna* firmowana przez Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne Spółka Akcyjna, *Dziennikarstwo i Świat Mediów* wydawane przez Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, a edytowane przez Studium Dziennikarskie Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie).

Podręczniki akademickie dotyczące tej dyscypliny wydaje również Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego i Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu.

Wydawnictwo Astrum z Wrocławia w serii *Kreatywność* wydaje pozycje zarówno autorów polskich, jak i przede wszystkim zagranicznych, dotyczące medioznawstwa i komunikacji społecznej.

Powstają wydawnictwa leksykograficzne z tego zakresu, np. *Popularna encyklopedia mass mediów*<sup>3</sup>, *Słownik terminologii medialnej*<sup>4</sup> oraz wiele innych.

Kolejnym stymulatorem niezwykle dynamicznego rozwoju badań nad mediami jest ich stale wzrastająca rola w życiu politycznym, społecznym, gospodarczym i kulturalnym. Biorąc pod uwagę życie społeczno-polityczne, pojęcie „czwarta władza” zamienia się często na „pierwsza władza”<sup>5</sup>, a w polemikach politycznych powtarza się często stwierdzenie, że „polityka można zabić gazetą”. Jest to wszystko związane z mechanizmami funkcjonowania państwa demokratycznego, gdzie pełny dostęp do informacji, debata publiczna i kontrola struktur życia publicznego pełnią rolę fundamentalną.

---

<sup>3</sup> *Popularna encyklopedia mass mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999.

<sup>4</sup> *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.

<sup>5</sup> Por. *Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP?*, red. M. Sokołowski, Warszawa 2007.

Analogiczną rolę odgrywają mechanizmy rządzące komunikowaniem społecznym, co stymuluje badania nad komunikowaniem interpersonalnym, grupowym, publicznym i instytucjonalnym. Można by wręcz stwierdzić, że ranga nadawana umiejętnościom komunikacyjnym, szczególnie w sferze życia politycznego, ma wręcz wymiar historyczny. Wpływa to wszystko na skalę zainteresowania problemem zarówno środowiska naukowego, jak również praktyków, a wśród tych ostatnich niektóre postaci urastają do roli swoistych „gwiazd”, żeby wymienić tu chociażby nazwisko Piotra Tymochowicza.

Kolejnym, niezwykle istotnym stymulatorem rozwoju badań nad mediami jest specyfika funkcjonowania życia gospodarczego w systemie gospodarki wolnorynkowej. Wynika to z oczywistego faktu, że są one podstawowym kanałem przekazu treści reklamowych. Stąd też ogromny rozwój badań nad czytelnością prasy, słuchalnością radia, oglądalnością telewizji, użytkowaniem internetu. Zaowocowało to powstaniem kilkudziesięciu agencji albo specjalizujących się w badaniach oddziaływania mediów, albo uwzględniających środki informacji masowej w swoich badaniach<sup>6</sup>.

Na tak duże zainteresowanie studiami z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej i jego wpływem na rozwój dyscypliny oddziaływa również fakt ich dzisiejszego kształtu. Przygotowują one nie tylko do zawodu dziennikarza prasowego, radiowego, telewizyjnego czy dziennikarza z zakresu tzw. nowych mediów, ale również (w zależności od ukierunkowania specjalności w poszczególnych ośrodkach akademickich) do zawodu rzecznika prasowego, zarządzającego mediami, pracownika agencji Public Relations, specjalisty ds. mediów, specjalisty ds. promocji, organizatora mediów lokalnych, specjalisty ds. polityki informacyjnej, specjalisty z zakresu reklamy, kreatora reklamy, projektanta fotograficznego, specjalisty ds. fotografii reklamowej i medialnej itp., specjalisty do spraw marketingu politycznego i innych. Wszystko to wskazuje na potrzebę szybkiego wyodrębnienia dyscypliny jako samodzielnego kierunku nauki i nadania jej statusu naukoznawstwa.

### Rozwój badań (aspekty poznawcze i kierunki) oraz instrumentarium metodologiczne dyscypliny

Można przyjąć, że o statusie naukowym dyscypliny decyduje jej aspekt poznawczy i rozległość kierunków badań, instrumentarium metodologiczne oraz dorobek bibliograficzny.

Pole badawcze i kierunki badań medioznawstwa próbowano już wyznaczyć w latach sześćdziesiątych dwudziestego wieku. Dyscyplinę określano wówczas ja-

---

<sup>6</sup> Na przykład agencje badania rynku i opinii: Opinia – agencja badań rynku, ARC Rynek i Opinia sp. z o.o., GfK Polonia, Millward Brown SMG/KRC; agencje public relations: Agencja GREEN PR, DEVA, Public Relations, GENESIS Public Relations, ITBC Communication sp. z o.o., Martis CONSULTING sp. z o.o., Multi Communications sp. z o.o., Neuron Agencja Public Relations, PREMIUM Public Relations sp. z o.o., PRS/Andrzej Multanowski.

ko prasoznawstwo, bo pod tą nazwą istniała już od wielu lat, kiedy w XIX wieku Bentkowski, Chłędowski i Bandtkie<sup>7</sup> zapoczątkowali badania nad dziejami czasopiśmiennictwa polskiego.

Próba instytucjonalizacji badań nad środkami informacji masowej w Polsce w okresie powojennym był Polski Instytut Prasoznawczy działający w latach 1946–1949 w Warszawie. Jednak dopiero powstanie po październiku 1956 roku Ośrodka Badań Prasoznawczych RSW „Prasa” w Krakowie, a szczególnie działającej w jego ramach Pracowni Teorii i Praktyki Prasy, koncentrującej się na badaniach metodologicznych (m.in. prace Ireny Tetelowskiej zajmującej się problemami ilościowej analizy prasy, adaptujące na gruncie polskim koncepcje francuskiego badacza Jacquesa Kaysera)<sup>8</sup> zaowocowało postępowaniem badań z tego zakresu. Z inicjatywy Ośrodka powstało szereg serii wydawniczych.

Polskie badania nad metodologią badań medialnych (wtedy prasoznawczych) zaowocowało kilkoma znaczącymi publikacjami. Ważną rolę w tym względzie odgrywały inicjatywy powstałego w 1953 r. Wydziału Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego. Wystąpił on na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych z inicjatywą opanowania aspektów metodologicznych badań nad środkami informacji masowej. Owocem tych działań były trzypiętomowe *Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie*<sup>9</sup>, których celem miało być przedstawienie „całości metodologicznej problematyki prasoznawczej jako nowej dyscypliny wyłaniającej się z nauk społecznych”<sup>10</sup>. W ich przygotowaniu wzięło udział grono czołowych badaczy (a także praktyków) z różnych ośrodków naukowych w Polsce, a przede wszystkim z Warszawy i Krakowa. Przewodniczącym komitetu redakcyjnego *Metod i technik...* był profesor Mieczysław Kafel.

Wcześniej, w 1966 roku, opublikował on pierwszy w polskich badaniach nad środkami informacji masowej podręcznik akademicki pt. *Prasoznawstwo. Wstęp do problematyki*<sup>11</sup>, który zawierał charakterystykę zarówno polskich, jak i zagranicznych badań nad środkami informacji masowej oraz szkolnictwa dziennikarskiego, jak i określał zadania i przedmiot prasoznawstwa, kierunki i działy badań, a także dokonywał przeglądu metod badawczych stosowanych w praktyce badawczej.

Praca ta stworzyła pole do wymiany myśli i poglądów na temat szeregu problemów związanych z omawianą dyscypliną. Szczególnie ujawniło to się w recenzji książki Kafla, pióra wspomnianej już Ireny Tetelowskiej, zamieszczonej w kra-

---

<sup>7</sup> F. Bentkowski, *Historia literatury polskiej, wystawiona w spisie dzieł drukiem ogłoszonych*, Warszawa–Wilno 1814, t. 1, cz. 1, s. 125–133; A.T. Chłędowski, *O początkowych pismach periodycznych w języku polskim*, „Pamiętnik Lwowski” 1816, t. 1, s. 121–133; J.S. Bandtkie, *Wiadomość krótka o gazetach polskich*, „Rocznik Towarzystwa Naukowego z Uniwersytetem Krakowskim Połączonych” 1819, s. 205–224.

<sup>8</sup> M. Kafel, *Prasoznawstwo. Wstęp do problematyki*. Wyd. 2, Warszawa 1969, s. 83–85.

<sup>9</sup> *Metody i techniki badawcze w prasoznawstwie*. T. 1–3, red. M. Kafel, Warszawa 1969–1971.

<sup>10</sup> Tamże, t. 2, s. 4.

<sup>11</sup> M. Kafel, *Prasoznawstwo. Wstęp do problematyki*, Warszawa 1966.



kowskich „Zeszytach Prasoznawczych” pt. *Polska koncepcja prasoznawstwa*<sup>12</sup>, gdzie autorka polemizowała szczególnie z integracyjną koncepcją badań prasoznawczych przedstawianą przez autora<sup>13</sup>.

Cechą charakterystyczną ówczesnych rozważań nad metodologią badań była ich koncentracja prawie wyłącznie na funkcjonowaniu systemu środków informacji masowej, a w tym zakresie przede wszystkim na badaniach dotyczących prasy, co było symetryczne względem rozwoju mediów tego okresu. Już w tym okresie wykształciła się w polskich badaniach autonomiczna dla medioznawstwa – w tym wypadku badań prasowych – metoda ilościowej analizy prasy. Jej adaptatorami w Polsce byli przede wszystkim wspomniani Irena Tetelowska i Mieczysław Kafl. Podobnie było z adaptacją na gruncie polskim metody Jacquesa Kaysera mierzącej stopień uwidocznienia materiału prasowego.

Badania te, szczególnie w ich formie erudycyjnej, były zdeterminowane przez ideologię systemu politycznego funkcjonującego wówczas w Polsce, jednak w sensie merytorycznym otwierały drogę do konstruowania podstaw badań nad środkami komunikacji masowej w Polsce.

Zasadniczym przełomem w rozwoju dyscypliny był rok 1989. Zaowocował on ogromnym, niezwykle dynamicznym rozwojem szkolnictwa dziennikarskiego, a także badaniami nad systemem funkcjonowania i oddziaływania środków masowego przekazu. Właśnie w tym okresie, termin prasoznawstwo coraz częściej bywał zastępowany pojęciem medioznawstwo. Wynikało to z faktu, że następowała coraz większa dominacja mediów audiowizualnych, aż do swoistej rewolucji w tym zakresie, jaką było pojawienie się i rozwój internetu, który szybko z kanału przekazu awansował do roli samodzielnego medium. Ten rozwój był charakterystyczny dla sytuacji związanej z funkcją, jaką odgrywają wolne media w systemie państwa demokratycznego.

Podobne były uwarunkowania rozwoju badań pozostałych poza komunikowaniem masowym form komunikowania społecznego. Wolny rynek, mechanizmy funkcjonowania życia politycznego, nowe formy stosunków społecznych stały się stymulatorem rozwoju dziedziny, która w świecie zachodnim stanowiła niezwykle istotną gałąź nauki.

W tej sytuacji coraz większy wpływ na rozwój dyscypliny i koncepcje badawcze polskich badaczy wywierały prace zachodnich twórców dyscypliny Harolda

---

<sup>12</sup> I. Tetelowska, *Polska koncepcja prasoznawstwa*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1968, nr 1, s. 90–97, rec. książki M. Kafla, *Prasoznawstwo...*, Warszawa 1966.

<sup>13</sup> Tetelowska pisała m.in.: „I skoro autor powiada dalej, że »prasoznawstwo powinno objąć możliwie wszystkie zjawiska i procesy zachodzące w rzeczywistości prasowej«, postuluje – moim zdaniem – rzecz niemożliwą dla jednej dyscypliny, gdyż procesy te są różnej natury, od technicznych, pracowniczych i ekonomicznych – po twórcze. Postulat zaś, by nauka ta pełniła funkcję integrującą, jest również nie do przyjęcia na gruncie metodologii nauk. Integracja nauk jest w dobie ogromnej specjalizacji metodą świadomością i często dziś stosowaną (choć nie zawsze w sposób udany), ale na pewno nie ma takiej jednej dyscypliny, której »zadaniem« byłoby integrowanie innych wokół tak czy inaczej wydzielonej problematyki”, tamże.

Lasswella, Bernarda Berelzona, Marshalla McLuhana, Paula Lazarsfelda, Carla Hovlanda, Willbura Schramma i innych. Poszerzono też w znaczący sposób pole badawcze dyscypliny. Oprócz problemów związanych z medioznawstwem (historia mediów, uwarunkowania prawne, polityczne i społeczne funkcjonowania mediów, organizacja mediów, ekonomika mediów, oddziaływanie i funkcje mediów, systemy medialne, zawód dziennikarski, język mediów, recepcja mediów, gatunki dziennikarskie i in.) doszły kolejne związane z komunikacją społeczną.

Wypadkową rozwoju dyscypliny w tym okresie jest niezwykle dynamiczny rozwój piśmiennictwa medioznawczego. Według opracowanej w Ośrodku Badań Prasoznawczych w Krakowie bibliografii za lata 1996–2001<sup>14</sup> w tym czasie ukazało się około 7000 pozycji zarówno zwartych, jak i artykułów, rozpraw w periodykach naukowych i fachowych oraz tygodnikach opinii. Próbuując wyobrazić sobie rozmiary całego zjawiska, warto wziąć pod uwagę, że swoisty skok rozwojowy w liczbie wydawanych publikacji nastąpił dopiero po 2001 roku. Corocznie na rynku księgarskim pojawiało się od kilkunastu do niekiedy kilkudziesięciu pozycji zwartych dotyczących medioznawstwa i komunikacji społecznej (o seriach wydawniczych napisano już wcześniej). Polskiemu odbiorcy udostępniono większość tłumaczeń czołowych (można by użyć modnego określenia – kultowych) zachodnioeuropejskich i amerykańskich pozycji z tego zakresu<sup>15</sup>.

Do już istniejących periodyków medioznawczych (np. „Zeszyty Prasoznawcze” – od 1956) dołączyły nowe: „Studia Medioznawcze” (od 2000 r.), „Media i Marketing” (od 1993), „Press” (od 1996), polska edycja „Global Media Journal” (od 2006), „Rocznik Prasoznawczy” (od 2007), „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy” (od 1993) i inne.

Rozwój mediów audiowizualnych, a także tzw. nowych mediów, a szczególnie omnipotentnego internetu, kreacyjnie wpłynął na metodologię badań medioznawczych. W przypadku internetu w Polsce najczęściej stosowane stały się badania „gemiusTraffic”<sup>16</sup>, natomiast w przypadku audiowizualnego rynku medialnego – badania typu: „Radiomonitor”, „badania telemetryczne”, „Interbus” i inne<sup>17</sup>.

Badania nad mediami i komunikacją społeczną mają bez wątpienia charakter interdyscyplinarny. Są prowadzone w symbiozie z takimi „sąsiadującymi dyscyplinami”, jak: nauki politologiczne, historyczne, socjologiczne, psychologiczne, ję-

<sup>14</sup> W.M. Kolasa, J. Jarowiecki, *Polska bibliografia prasoznawcza 1996–2001*, Kraków 2005, s. 21–22.

<sup>15</sup> Na przykład: M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, Warszawa 2004; D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa 2007.

<sup>16</sup> Dotyczą: liczby użytkowników, wizyt, czasu trwania wizyty, liczby odsłon, odsyłaczy, geolokalizacji, danych technicznych.

<sup>17</sup> Badania te w Polsce są wykonywane przez dwie wielkie grupy o zasięgu międzynarodowym: Taylor Nelson Sofres (przedstawiciel polski TNS OBOP – specjalizacja Radiomonitor, badania telemetryczne TNS OBOP, Interbus, indeks konsumencki Polska) oraz Grupę Kantor (przedstawiciele polscy Millward Brown SMG/KRC i AGB Polska – specjalizacja: Press Track, Radio Track, Net-Track, badania telemetryczne).



zykoznawcze, prawne oraz ekonomiczne. Wynika to z prostego faktu, że badając system funkcjonowania mediów i proces społecznego komunikowania, trzeba brać pod uwagę ich uzależnienia polityczno-ideologiczne i oddziaływanie na kształt życia politycznego, wpływ na kształtowanie procesu rozwoju historycznego, recepcję mediów, specyfikę kształtu i form przekazu językowego i ich wpływ na skuteczność wpływu, reglamentację wolności mediów oraz – co współcześnie niezwykle ważne – finansowo-gospodarcze uwarunkowania ich egzystencji.

Chronologicznie najważniejsze związki łączą dyscyplinę z naukami historycznymi. Pierwsze badania i publikacje poświęcone historii prasy były równoległe z jej dynamicznym rozwojem i rosnącym wpływem na kształtowanie opinii publicznej. Stąd też już pierwsze publikacje na ten temat na początku XIX w.<sup>18</sup> Stąd również stosowane w badaniach metody, np. analizy i krytyki źródeł, analizy treści, analizy i krytyki piśmiennictwa. Probierzem symbiozy badań nad historią prasy z naukami historycznymi może być fakt, że w Polsce praktycznie aż do lat siedemdziesiątych była ona traktowana jako jedna z nauk pomocniczych historii<sup>19</sup>.

Rozwój ilościowy prasy, a także rozszerzający się zakres oddziaływania radia i telewizji, a współcześnie globalny wymiar internetu, zdeterminował symbiozę z naukami socjologicznymi. Rynkowe zapotrzebowanie na dane dotyczące percepcji prasy, radia, telewizji i internetu powodowało szerokie zastosowanie metod statystycznych, a także badań terenowych.

Rozwój reklamy, a także szerokie zastosowanie marketingu politycznego spowodowały zapotrzebowanie na badania językoznawcze i zainteresowanie językoznawców analizowaniem wytworów medialnych. Badania te, zapoczątkowane w latach 70. m.in. przez Walerego Pisarka, bardzo daleko wyszły poza czysto praktyczne poradnictwo typu „jak pisać/mówić, żeby...” i obecnie mają charakter analityczno-teoretyczny, wykorzystując najnowsze osiągnięcia lingwistyki (pragmatyka językoznawcza, kognitywizm). Prowadzone są badania z zakresu genologii (opracowania dotyczące poszczególnych gatunków medialnych), dokonywane są pragmalingwistyczne analizy dyskursu medialnego (z wyzyskaniem takich instrumentów badawczych, jak chociażby implikatura), bada się techniki perswazyjne wykorzystywane w komunikatach medialnych (język polityki i język reklamy). Zwłaszcza w tym ostatnim zakresie językoznawstwo ściśle współpracuje z naukami psychologicznymi. Język mediów (czy – język w mediach – jak uważa Pisarek) stał się osobnym i pełnoprawnym przedmiotem badań, o czym świadczą choćby takie wydawnictwa, jak ukazująca się od 2005 r. wrocławska seria No-

---

<sup>18</sup> R. Preutz, *Geschichte des deutschen Journalismus*, Hannover 1845, za M. Kafel, *Prasoznawstwo...* Wyd. 2, s. 30.

<sup>19</sup> Patrz podręcznik (skrypt) z tego zakresu autorstwa S. Szymańskiego. Dopiero w dużym podręczniku tegoż autora (J. Szymański, *Nauki pomocnicze historii*, Warszawa 1983) prasoznawstwo zniknęło z omawianych nauk pomocniczych w badaniach historycznych.

we Media, Nowe w Mediach czy publikacje *Język w mediach masowych* (pod red. J. Bralczyka i K. Mosiołek-Kłosińskiej, Warszawa 2000) lub *Tekst w mediach* (pod red. K. Michalewskiego, Łódź 2002).

### Uwarunkowania finansowe funkcjonowania studiów z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej

Już wcześniej zwrócono uwagę na ogromny rozwój studiów dziennikarskich. Jednak do dzisiejszego dnia są ignorowane przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego koszty finansowe związane z procesem kształcenia studentów tym zakresie.

Czasy, kiedy dziennikarstwa można było uczyć, posługując się notatnikiem reporterskim i magnetofonem, należą do przeszłości. Dziennikarstwo w dzisiejszym kształcie wymaga niezwykle skomplikowanego i kosztownego instrumentarium dydaktycznego. Wynika to przede wszystkim z rewolucji elektronicznej, którą przeżyły same media – dotyczy to wszystkich tradycyjnych (prasy, radia i telewizji), jak i nowo powstałych (internetu i pochodnych). W wypadku prasy to komputeryzacja procesu redagowania gazety i składu drukarskiego, elektronizacja dostępu do instytucjonalnych źródeł informacji, elektroniczny przekaz serwisu fotograficznego. Chcąc przygotować studenta do jego zawodu, trzeba dysponować analogicznym sprzętem, jakim będzie się posługiwał w swojej przyszłej pracy. Dotyczy to pracowni dziennikarstwa online, pracowni fotograficznej, studia radiowego, studia telewizyjnego. W przypadku pracowni dziennikarstwa online i pracowni fotograficznej przekłada się to jednoznacznie na liczbę stanowisk, identyczną z liczbą studentów w grupie warsztatowej, a w przypadku studia radiowego i telewizyjnego na liczbę stanowisk służących do opracowania nagrań dźwiękowych czy wizualnych. Wszystko przy użyciu nowoczesnych, bardzo kosztownych programów komputerowych<sup>20</sup>. W efekcie mamy analogiczną sytuację jak w naukach eksperymentalnych, wymagających kosztownego zaplecza laboratoryjnego.

---

<sup>20</sup> Na przykład pracownia dziennikarstwa online w Uniwersytecie Gdańskim jest wyposażona w 10 komputerów i Mac 20 (procesor Core 2 Duo 2,4 Ghz, o pamięci RAM 4 GB, z dyskiem twardego 80 GB i monitorze LCD 17) oraz jeden i Mac 24. Komputery wyposażono w specjalistyczne oprogramowanie na potrzeby zarówno pracowni prasowej, jak i radiowej i telewizyjnej (Adobe Premiere Pro CS 3, Creative Suite 3 Design Standard PL, Quark X Press 7 Passport, Corel Annual CLC for Higher Education, Sound Studio 3.0, Final Cut Studio 2, MS Office 2007). W skład wyposażenia wchodzi również 2 projektory Epson EMP 83 i system automatycznego sterowania. Przybliżony koszt wyposażenia takiej pracowni to ok. 200 tys. zł. Wyposażenie pracowni fotograficznej – analogowej i cyfrowej – to ok. 400 tys. zł. Aby uzbroić i wyposażać w odpowiedni sprzęt pomieszczenia już wybudowanego studia radiowego, potrzeba ok. 800 tys. zł, analogicznie studia telewizyjnego – ok. 3,5–4,0 mln zł. To tylko punkt wyjścia, bo osobną kwestią są koszty eksploatacyjne tych obiektów, aktualizacja programów, konserwacja, naprawy, odczynniki, stała obsługa itp.

Szacunki są oparte na kosztach związanych z tworzeniem zaplecza dydaktycznego dla dziennikarstwa w nowym gmachu Wydziału Nauk Społecznych Uniwersytetu Gdańskiego w Kampusie Bałtyckim w Gdańsku-Oliwie, ul. Bażyńskiego 4.

Łączy się to równocześnie z liczbą studentów, którzy mogą brać skuteczny z punktu widzenia dydaktyki udział w zajęciach. Liczba ta musi być bezwzględnie dostosowana do liczebności stanowisk komputerowych, w które jest wyposażona pracownia dziennikarstwa online, stanowisk w pracowniach fotograficznych (chemicznej i cyfrowej), stanowisk do opracowania nagrań fonicznych w studiu radiowym, stanowisk do opracowania nagrań wizyjnych w studiu telewizyjnym. Mamy więc tu do czynienia z typową, niewielką liczebnie, grupą o charakterze laboratoryjnym.

Wszystko to w zasadniczy sposób rzutuje na koszt studiów dziennikarskich. Stosowany dzisiaj przelicznik kosztów przypadający na studenta tego kierunku nie wytrzymuje próby czasu i powinien być zrównany z przelicznikiem stosowanym wobec studentów kierunków eksperymentalnych.

### Na zakończenie

Rzeczywistości nie można nie zauważać ani ignorować. Role mediów i mechanizmów determinujących kontakty międzyludzkie w dzisiejszym świecie są tak wielkie, że wymagają wnikliwej obserwacji i analizy naukowej. Nadanie statusu naukoznawczego dyscyplinie, która od lat zajmuje się badaniami nad tymi problemami jest więc absolutnie niezbędne, aby sprostać wymaganiom zarówno czasu bieżącego, jak i przyszłości.

BEATA OCIEPKA

## Uroki interdyscyplinarności – przypadek komunikowania międzynarodowego

Interdisciplinary advantages –  
the case of international  
communication

**Z** perspektywy komunikowania międzynarodowego jako subdyscypliny stosunków międzynarodowych powołanie lub nie komunikowania społecznego jako samodzielnej dyscypliny nauk humanistycznych jest kwestią drugorzędną. Wynika to z faktu, iż samo komunikowanie międzynarodowe funkcjonuje między dyscyplinami: w Polsce nie ma takiego kierunku studiów, nie można więc uzyskać tytułu licencjata lub magistra w tej dziedzinie. Pojawia się ona jako ścieżka lub specjalność na studiach licencjackich i magisterskich, na kierunkach dziennikarstwo, politologia i stosunki międzynarodowe. Na kulturoznawstwie dodatkowo prowadzi się ścieżki i specjalizacje w dziedzinie komunikowania międzykulturowego.

Wyjaśnijmy najpierw pojęcia. Komunikowanie międzynarodowe mieści się w szerszym pojęciu komunikowania międzykulturowego. Dla celów tego wystąpienia skupię się jednak na tym pierwszym. Ewolucję tego zjawiska i jego rozumienia obrazują dwie definicje: pierwsza, którą zastosowałam w 2002, druga z 2008 r. W książce opublikowanej w 2002 r. zdefiniowałam komunikowanie międzynarodowe jako relacje komunikacyjne (przenoszenie znaczeń) zachodzące między podmiotami należącymi do różnych narodów i grup etnicznych. Przyjęłam, że może ono odbywać się na poziomie interpersonalnym, grupowym, insty-

tucjonalnym i masowym<sup>1</sup>. W późniejszym ujęciu, które prezentuję w artykule z 2008 r., są to wszelkie formy przepływu przekazów ponad granicami państw oraz relacje powstające na skutek tych przepływów<sup>2</sup>. O ile w pierwszym przypadku kładę nacisk na czynnik społeczny i kulturowy, o tyle w drugim na instytucjonalny. Obecnie „międzynarodowość” w badaniach nad komunikowaniem, w stosowanej w nich terminologii, jest często zastępowana określeniem „globalność”, co znajduje odzwierciedlenie w pojęciu „komunikowania globalnego”, jak w definicji Ingrid Volkmer, zgodnie z którą „w teorii komunikowania globalność może być rozumiana jako komunikowanie wokół i poprzez glob”<sup>3</sup>. Tak rozumiane komunikowanie akcentuje jego ponadgraniczność, sugeruje łatwość przekraczania granic, także kulturowych.

Pojawianie się komunikowania międzynarodowego na studiach i w badaniach z dyscyplin wywodzących się z politologii nie jest przypadkiem. Komunikowanie międzynarodowe ma bowiem silny wydźwięk instytucjonalny – ze względu na istotę państwa jako aktora tych relacji komunikacyjnych – oraz prawny. Na dobrą sprawę, zajmowanie się tą dyscypliną zmusza do pogłębionych studiów prawa międzynarodowego, w tym europejskiego prawa medialnego, co – to jeden z efektów interdyscyplinarności – czasem spotyka się z zarzutem uprawiania „publicystyki prawnej”, formułowanym przez prawników.

Dzięki zakorzenieniu komunikowania międzynarodowego w politologii, interesujących bodźców do dyskusji dodaje spór między (neo-) realistami a konstruktywistami w stosunkach międzynarodowych. Spór ten może prowadzić do podważenia zasadności zajmowania się komunikowaniem międzynarodowym w wyżej zaprezentowanym znaczeniu i zastąpienia go pojęciem komunikowania globalnego, choć należy uzupełnić, że obecnie komunikowanie międzynarodowe jest zdecydowanie mniej realistycznie – państwowocentryczne, niż w latach pięćdziesiątych, gdy rodziła się ta dyscyplina badań.

Interdyscyplinarność komunikowania międzynarodowego jest zarówno zaletą, jak i wadą. Z punktu widzenia osoby, która przeszła już niemal wszystkie szczeble kariery akademickiej, mogę stwierdzić, że interdyscyplinarność to w tym przypadku zaleta i niekończąca się przygoda, dzięki której można podejmować pasjonujące projekty badawcze. Tęgo entuzjazmu nie podzielają jednak doktoranci, dla których interdyscyplinarność oznacza zagrożenie pogubienia się w teoriach i metodach, a więc potencjalnie – niepowodzenie w czasie obrony doktoratu. W większości przypadków obawy te są nieuzasadnione, zwłaszcza gdy prace zachowują poprawność metodologiczną.

<sup>1</sup> B. Ociepka, *Komunikowanie międzynarodowe*, Wrocław 2002, s. 13–14.

<sup>2</sup> Taż, *Komunikowanie międzynarodowe – rewizja pojęcia*, [w:] *Studia z nauk społecznych i humanistycznych*, red. J. Juchnowski, M. Waloński, Wrocław 2008, s. 570.

<sup>3</sup> I. Volkmer, *News in the Global Sphere. A Study of CNN and its Impact on Global Communication*, Luton 1999, s. 26.

Interdyscyplinarność komunikowania międzynarodowego jest jego cechą nieodłączną. W tej dyscyplinie korzysta się bowiem m.in. z doświadczeń lingwistyki, psychologii społecznej, także nauk technicznych. W jednym z ujęć rozpatruje się wykorzystanie komunikacji międzynarodowej do realizacji celów militarnych i analizuje się walkę informacyjną. Tym samym, komunikowanie międzynarodowe może wchodzić w zakres nauk o wojskowości (bezpieczeństwo informacyjne).

Komunikowanie międzynarodowe naprowadza na różnice kulturowe także w samym postrzeganiu tego zjawiska. W Europie mamy tendencję do zajmowania się komunikowaniem międzynarodowym z punktu widzenia tzw. cywilizacji zachodniej. Pewnym otrzeźwieniem jest zjawisko Bollywood, które wskazuje na odmienne od przyjętych w teoriach imperializmu kulturowego kierunki przepływu wytworów kultury. W dziedzinie tej nadal znajdują zastosowanie określenia centrum–peryferie, dzięki którym można wskazać na centra informacyjne, informacyjnych sąsiadów i informacyjne peryferie. Pojęcia te pozwalają wytłumaczyć asymetrię w przepływie przekazów między krajami, na które ma wpływ zarówno ich „twarda”, jak i „miękka” siła<sup>4</sup>. Samo wprowadzanie komunikowania międzynarodowego do polskich uczelni może być jednak interpretowane jako przykład oddziaływania „niechcianej” „miękkiej siły”. Powołanie Zakładu Komunikowania Międzynarodowego, którym od 2002 r. kieruję w Instytucie Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego, opóźniło się najpierw na skutek ożywionej dyskusji nad potrzebą takiego przedsięwzięcia w ramach samego wydziału. Sugerowano w trakcie tej dyskusji m.in. zmianę nazwy, gdyż uznano, że to kalka anglojęzycznych pomysłów badawczych, nieprzystająca do polskich nauk społecznych, a więc kolejna próba kolonizacji polskiej nauki.

W dziedzinie komunikowania międzynarodowego w ostatnich latach wiele uwagi poświęca się wizerunkowi państw, ich reputacji i marce. Terminy te mogą zawierać się lub zająć z dziedziną międzynarodowych public relations. Jest to kolejny obszar, który można by potraktować jako odrębną dyscyplinę, pokrewną z komunikacją społeczną. Public relations wywodzi się z nauk o zarządzaniu. Obecnie jest uprawiane jednak zarówno jako część nauki o zarządzaniu, jak i w naukach społecznych, zgodnie z tradycją „humanistyczną”, nawiązującą często do pojęcia *Öffentlichkeit* wprowadzonego do rozważań przez badaczy niemieckich, a ugruntowanego przez Jürgena Habermasa, także w kontekście rozważań nad public relations i opinią publiczną. Mamy więc kolejne pojęcie i kolejną dyscyplinę, cechującą się interdyscyplinarnością. Ponownie należy zwrócić uwagę, że public relations nie funkcjonuje jako kierunek studiów, ale jako ścieżka, specjalność i przedmiot studiów podyplomowych, od filologii począwszy, na

---

<sup>4</sup> Pojęcie „miękkiej siły” pojawiło się w publikacjach J.S. Ney’a. Oznacza ono „uwodzenie” w polityce zagranicznej, stosowanie siły przyciągania zamiast przymusu (przymus to narzędzie *hard power*, utożsamianej z siłą militarną, ale także oddziaływaniem gospodarczym). Patrz polskie wydanie książki: J.S. Ney, *Soft Power. Jak osiągnąć sukces w polityce światowej*, Warszawa 2007.



marketingu i zarządzaniu na uczelniach ekonomicznych skończywszy. W efekcie mamy do czynienia z sytuacjami, w których obrony pracy doktorskiej z public relations odbywają się w instytutach dziennikarstwa i (lub) komunikacji społecznej, funkcjonujących w ramach wydziałów filologicznych (tak jest m.in. na moim macierzystym Uniwersytecie Wrocławskim). W takich przypadkach recenzentami mogą być (i są) przedstawiciele obu wymienionych wyżej nurtów public relations, w tym profesorowie ze szkół ekonomicznych. Usadowienie przewodów na wydziale filologicznym nie przeszkadza w podjęciu i przeprowadzeniu rzetelnych badań. Problem zaczyna się jednak dopiero wówczas, gdy świeżo upieczony doktor, specjalizujący się w public relations na wydziale filologicznym zajrzy do swego dyplomu. PR to na dobrą sprawę kolejna dyscyplina, która wymagałaby wyodrębnienia. W obszarze komunikowania międzynarodowego posługujemy się często terminem „międzynarodowe public relations”, w związku z tym obrony z tej dyscypliny odbywają się także na wydziałach nauk społecznych, a doktorzy otrzymują tytuł doktora nauk humanistycznych w dyscyplinie nauk o polityce. Idąc dalej tym tropem, możemy wskazać na kolejne subdyscypliny, autonomizujące się w dziedzinie badań, ale napotykające na spore trudności w usamodzielnieniu się w obszarze dydaktyki oraz nadawania tytułów i stopni naukowych.

Rozważania teoretyczne i dydaktyka w obszarze komunikowania międzynarodowego zyskały nowe impulsy dzięki wysiłkom wielu krajów na rzecz zmiany marki lub utrzymującego się negatywnego wizerunku. Działania te były m.in. wynikiem rozprzestrzenienia się podejścia marketingowego, stosowanego z powodzeniem w polityce wewnętrznej (m.in. w formie marketingu politycznego w trakcie kampanii politycznych), na politykę międzynarodową. Nowe środowisko międzynarodowe, w którym państwa są jednym z uczestników, wymaga zastosowania nowych metod pozyskiwania uwagi i docierania z przekazami do odbiorców. Także zmiany w technologiach komunikowania z jednej strony wprowadziły do polityki międzynarodowej nowe podmioty, z drugiej zaś stworzyły niespotykane dotąd możliwości wymiany i korygowania informacji.

Jednym z efektów tego trendu jest rozpowszechnienie się pojęcia „miękkiej siły” (patrz wyżej) i coraz większa popularność terminu „dyplomacja publiczna”. Ten ostatni termin funkcjonuje jednak przede wszystkim w krajach anglosaskich. Ramę dla rozważań nad dyplomacją publiczną stanowi kategoria komunikowania międzynarodowego, będzie więc ona bardziej rozpowszechniona w ujęciach wywodzących się z nauki o polityce. Kategorię tę zdefiniowałam w *International Encyclopedia of Communication* jako symetryczne procesy komunikacji między rządami i innymi aktorami stosunków międzynarodowych, które odbywają się zarówno za pomocą środków przekazu, jak i w sposób niezapośredniczony. Celem takiej komunikacji jest wytworzenie lub podtrzymanie pozytywnego wizerunku kraju i społeczeństwa w celu ułatwienia realizacji celów polityki zagranicznej kra-



ju – nadawcy<sup>5</sup>. Tak sformułowana definicja wskazuje na interdyscyplinarność. Dyplomacja publiczna uprawiana jest w sposób zależny od stopnia otwartości danego systemu politycznego i medialnego, a także w zależności od kultury polityki zagranicznej. Przypadek dyplomacji publicznej wskazuje, że istnieje wiele czynników wpływających na to, czy dana dyscyplina pojawi się w danym kraju w ramach nauk społecznych, w tym jako przedmiot studiów. Dyplomacja publiczna wywodzi się z teorii stosunków międzynarodowych, teorii i praktyki dyplomacji, komunikacji międzykulturowej i międzynarodowej oraz z międzynarodowych public relations. W Stanach Zjednoczonych w tej dyscyplinie można uzyskać magisterium, w Wielkiej Brytanii prowadzi się studia magisterskie z pokrewnego dyplomacji publicznej brandingu terytorialnego<sup>6</sup>. W Polsce funkcjonują jedynie studia podyplomowe poświęcone dyplomacji publicznej.

Terminologia w dziedzinie komunikowania międzynarodowego zmienia się. Jak wskazałam we wcześniejszych publikacjach: „Tak jak J. Watson stwierdza we wstępie do swojej książki *Media Communication. An Introduction to Theory and Process*<sup>7</sup>, język komunikowania jako dziedziny badań odzwierciedla jej historię i to samo można powiedzieć o języku komunikowania międzynarodowego, zwłaszcza gdy śledzi się użycie takich pojęć jak »propaganda«, »dyplomacja publiczna«, »międzynarodowe public relations«. Pierwsze odpowiada okresowi II wojny światowej i zimnej wojny, drugie wywodzi się ze Stanów Zjednoczonych, a w Europie rozpowszechnia się po 1989 r., a więc po aksamitnych rewolucjach, w okresie odprężenia; trzecie zaś symbolizuje »ekonomizację« komunikowania międzynarodowego, a zwłaszcza promocji państw”<sup>8</sup>.

Komunikowanie międzynarodowe tkwi pomiędzy stosunkami międzynarodowymi a medioznawstwem. Także stosunki międzynarodowe nie stanowią odrębnej dyscypliny i, mimo funkcjonowania kierunku studiów, doktorat otrzymuje się z nauk o polityce. W wielu krajach (np. we Francji) uznaje się wyodrębnienie stosunków międzynarodowych za sztuczne. Z tym problemem mamy wielokrotnie do czynienia w Polsce, gdyż nietrudno się domyślić, że rozdzielenie tego, co ma zawierać się w stosunkach międzynarodowych, a tego, co w wewnętrznych, w obecnej rzeczywistości społecznej, politycznej, gospodarczej i kulturowej jest niemożliwe. Także w dyscyplinie stosunków międzynarodowych podejmuje się wysiłki wyodrębnienia. Na I Kongresie Politologii obraduje założycielskie zebranie Polskiego Towarzystwa Studiów Międzynarodowych. Podobnie jak Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, stawia ono sobie za cel powołanie stosun-

---

<sup>5</sup> B. Ociepka, *Public Diplomacy*, [w:] *International Encyclopedia of Communication*, red. W. Donsbach, Singapore 2008, Vol. 9, s. 3956–3960.

<sup>6</sup> „Place branding”, branding terytorialny to nadawanie i kształtowanie rozpoznawalnej, pozytywnej marki miast, regionów i państw.

<sup>7</sup> J. Watson, *Media Communication. An Introduction to Theory and Process*, New York 2003, s. 7.

<sup>8</sup> B. Ociepka, *Dyplomacja publiczna jako forma komunikowania międzynarodowego*, [w:] *Dyplomacja publiczna*, red. B. Ociepka, Wrocław 2008, s. 21.

ków międzynarodowych jako odrębnej dyscypliny nauk humanistycznych. Z punktu widzenia komunikowania międzynarodowego powstaje problem, z którą z tych dyscyplin się utożsamić? A może należałoby wybrać trzecią drogę i powołać Polskie Towarzystwo Komunikowania Międzynarodowego i dążyć do uznania komunikowania międzynarodowego jako odrębnej dyscypliny, a najpierw uznania za kierunek studiów? Przed takim dylematem, z uwzględnieniem trzeciej drogi, stoją komunikowanie międzynarodowe, public relations i zapewne wiele innych wyspecjalizowanych obszarów.

Dlaczego, wobec tego, usamodzielnianie się dyscyplin jest takie istotne? Wymusza je polski system prawa, regulujący zarówno nadawanie tytułów i stopni naukowych, jak i prowadzenie studiów na wszystkich trzech poziomach. Mamy więc dwie drogi – tworzyć kolejne stowarzyszenia, które będą lobbować na rzecz samodzielności dyscypliny w obecnych ramach prawnych, lub zmieniać prawo. Ukrytą zaletą pierwszej drogi jest aktywizacja społeczeństwa obywatelskiego i aktywizacja grupy zawodowej, która zaczyna walczyć o lepsze warunki rozwoju. Wadą – zamykanie się tych samych środowisk w wąskich specjalnościach, brak przepływu informacji w badaniach i dydaktyce i *last but not least* – klikowość. Wąskie dyscypliny mają tendencję do wytwarzania mechanizmów powodujących ekskluzję niewtajemniczonych, zwłaszcza jeśli w wąskich kręgach decyduje się, między innymi, o samodzielności naukowej. Czy wobec tego dążyć do zmiany prawa? Owszem, ale niewątpliwie droga ta jest dłuższa, a doświadczenia kolejnych zmian w polskim prawie o nauce i szkolnictwie wyższym z ostatnich dwudziestu lat nie są najlepsze.

Na marginesie pozostaje rozwiązanie utopijne. Sprowadza się ono do konsekwentnego stosowania standardów już istniejących i pilnowania przejrzystości i jednoznaczności decyzji na wszystkich szczeblach zarządzania nauką i dydaktyką. Dlaczego uznają to rozwiązanie za utopijne? Przede wszystkim dlatego, że zarządzanie polskim szkolnictwem wyższym i nauką stoi na głowie. System prawa jest niespójny i niedostosowany do wymogów współczesnego szkolnictwa wyższego i nauki. Liczba nadgodzin, dodatkowych obowiązków, skorelowana z niską płacą, powoduje taki nacisk na zarządzających nauką w uczelniach wyższych, że należy się dziwić, że system ten jeszcze w Polsce funkcjonuje. Wyklucza on niemal racjonalność działań.

Powołanie nowej dyscypliny nie rozwiązuje problemów polskiej nauki, a w tym komunikowania międzynarodowego. Z perspektywy ostatnich lat, gdy coraz więcej prac doktorskich pojawia się w tym obszarze, należy stwierdzić, że komunikowaniu międzynarodowemu najbliższym jest do politologii – stosunków międzynarodowych. W tym przypadku pojawienie się komunikowania społecznego jako nowej dyscypliny nie będzie miało większego znaczenia. Każda kolejna dyscyplina nauk humanistycznych będzie pozostawiać za sobą nowo powstające obszary badań, dążące do usamodzielnienia. Jest to naturalny kierunek w rozwo-

ju nauki. Pilnie potrzebne jest natomiast wypracowanie jasnych standardów oceny pracy naukowo-badawczej, w tym uzyskiwania stopni i tytułów naukowych, a zwłaszcza ich stosowanie. Ułatwi to obrony prac o charakterze interdyscyplinarnym. Pozwoli również na przełożenie części kompetencji, które dziś przypisane są agendom rządowym, na szkoły wyższe, a więc uzyskanie przez nie samodzielności w tworzeniu kierunków studiów i dyscyplin nauki.

JACEK DĄBAŁA

## O sensowności uznania nowej dziedziny nauki

### On the sense of introducing a new field of studies

**D**ynamika, skomplikowanie i poziom rozwoju współczesnych mediów, a także osiągnięcia i kilkudziesięcioletnie zaangażowanie polskich badaczy w tę problematykę, wyraźnie uświadamiają potrzebę formalnego uznania w Polsce nowej dyscypliny naukowej, czyli **nauki o mediach i komunikacji społecznej**. Taką właśnie nazwę zaproponowali doświadczeni i cenieni specjaliści w tej dziedzinie, profesorowie Janusz Adamowski z Uniwersytetu Warszawskiego i Tomasz Goban-Klas z Uniwersytetu Jagiellońskiego, wpisując się w ten sposób w zatwierdzoną akademicką tradycję używania określenia „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”. Nietrudno zgadnąć, że nazwa nowej dyscypliny u części badaczy może budzić ochotę do ulepszania, dyskusowania, a nawet polemik. Wydaje się jednak, że takie podejście na obecnym zaawansowanym etapie prac wokół tego tematu byłoby niepotrzebnym piętrzeniem wątpliwości, których w istocie nie ma, ponieważ większość naukowców zajmujących się tą problematyką zgadza się co do potrzeby powstania takiej dziedziny wiedzy. Dodajmy, że takie nazwy, jak np. komunikologia, nauka o komunikowaniu, komunikacja medialna czy dziennikarstwo, naturalnie i zrozumiale wpisują się w zaproponowaną onomastykę.

#### Argumenty

Oto kilka podstawowych argumentów przemawiających za koniecznością jak najszybszego utworzenia dyscypliny zwanej nauką o mediach i komunikacji społecznej:

1. **Sprawdzona tradycja badawcza.** Od wielu lat w Polsce część absolwentów (przedstawicieli) różnych kierunków studiów decyduje się badać media i ko-

munikację społeczną, a zatem poświęcają się – mówiąc prościej – medioznawstwu, a nie swoim kierunkowym dziedzinom. Badają zatem wszystkie zjawiska dotyczące mediów, w tym m.in.: historię, język, wartości, kierunki badawcze, metody, warsztat dziennikarski, etykę, prawo, oddziaływanie (mediów i na media), psychologię odbioru oraz nowe techniki komunikowania. Są wśród nich socjologowie, filologowie, politolodzy, kulturoznawcy, filmoznawcy, wykładowcy szkół artystycznych, psychologowie, prawnicy, teologowie, historycy i filozofowie.

**2. Uzasadniona interdyscyplinarność ujęć.** Współczesne media – wszechobecne w sensie komunikacyjnym, ale także pod tym względem najbardziej oddziałujące na społeczne, polityczne i kulturowe postawy człowieka – wymagają stałej specjalistycznej refleksji, uwzględniającej ich złożoność nieporównywalną z żadną inną dziedziną ludzkiej działalności. Badania nad mediami i komunikacją społeczną wyszły naprzeciw tej analitycznej komplikacji i od lat usiłują porządkować teoretyczny i praktyczny wymiar komunikowania. Trzeba wyraźnie podkreślić, że żaden konkretny kierunek studiów nie był i nie jest w stanie ogarnąć różnorodności zjawiska; dlatego jedynym rozwiązaniem było i jest krzyżowanie się metodologii badawczych wywiedzionych ze sprawdzonych studiów, np. z filologii, socjologii, psychologii czy politologii. Tylko w ten sposób można nadążyć za rozwojem oraz skomplikowaniem mediów i komunikacji społecznej, tylko – pozornie rzucając wyzwanie naukowym tradycjom i przyzwyczajeniom – interdyscyplinarność może obecnie sprostać tempu, dynamice, złożoności, poziomowi i nieprzewidywalności przedmiotu badań.

**3. Możliwość uznania pracy za medioznawczą.** Nie ma chyba wątpliwości, że rozpoznanie pracy o charakterze medialnym zależy od wyrazistości tematu i podejmowanej problematyki. Wątpliwości mogą jednak czasami budzić studia wpisujące się tylko marginalnie w problematykę medialną, a w istocie przynależą bardziej do historii, psychologii, filologii czy kulturoznawstwa. Uznanie i wyodrębnienie nowej dziedziny wyeliminowałoby ewentualne kontrowersje, a kompetentne i zatwierdzone grono medioznawców decydowałoby o charakterze pracy. Działoby się to z korzyścią dla istniejących już kierunków, które – co zdarza się w przypadku niektórych tematów – nie zawsze są skłonne akceptować podjętą problematykę medialną jako własną. Innymi słowy, wątpliwe sytuacje graniczne byłyby wtedy rozstrzygane jednoznacznie.

**4. Możliwość uznania badacza za specjalistę w dziedzinie mediów i komunikacji społecznej.** W tym przypadku kryterium podstawowym są przede wszystkim regularne publikacje w zakresie mediów i komunikacji społecznej, uczestnictwo w sesjach dotyczących dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz formalne uznanie (na dyplomie) obronionej na różnych wydziałach pracy doktorskiej lub habilitacyjnej za reprezentatywną dla szeroko rozumianej komunikacji medialnej. W sytuacjach granicznych i wątpliwych można by było odwoływać się do opinii badaczy reprezentujących nową dziedzinę, czy praca jest odpo-

wiednio wyrazista w sensie medialnym, aby ją uznać za ściśle medioznawczą, czy to praktyczną (np. dotyczącą warsztatu dziennikarskiego), czy teoretyczną.

**5. Prace licencjackie i magisterskie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.** Na wielu uczelniach są instytuty dziennikarstwa i komunikacji społecznej, ale bez szansy dalszego naukowego i specjalistycznego opiewowania się swoimi absolwentami. Nie wydaje się zatem logiczny i przekonujący brak możliwości kontynuowania tych studiów – chociażby w ramach założeń systemu bolońskiego i od 2003 r. trzech cykli kształcenia (licencjat, magisterium, doktorat) – na poziomie doktorskim. Absolwenci różnych kierunków świadomie decydowaliby się na studia doktoranckie w określonej dziedzinie (czyli: mediów i komunikacji społecznej) i utożsamiali z podjętym wyborem formalnie oraz instytucjonalnie.

**6. Możliwość konfigurowania nowej nazwy (media i komunikacja społeczna) w obcych językach, np. *media and communication studies*.** Specyfika polskiej tradycji, gdy mówimy o komunikacji społecznej, nie eliminuje możliwości elastycznego przekładu, który nie gubi zasadniczego sensu ani polskiego, ani zagranicznego nazewnictwa.

### Refleksje i sugestie

Można uznać, że jako **dziedzina nieformalna, ale przecież realnie istniejąca**, nauka o mediach i komunikacji społecznej rozwija się w Polsce bardzo dynamicznie. Coraz więcej studentów chce studiować dziennikarstwo i komunikację społeczną, nie zrażając się konkurencyjnym rynkiem pracy w tym zakresie. Studia są na tyle atrakcyjne, oryginalne, rozwijające, twórcze i inspirujące, iż rekompensują obawy o przyszłą pracę w zawodzie. Ten ostatni zresztą nie oznacza tylko dziennikarstwa, lecz wszystkie inne funkcje, gdzie człowiek ma do czynienia z komunikowaniem, czyli np. jako rzecznik prasowy, specjalista w zakresie public relations czy chociażby scenarzysta, producent lub nawet negocjator sądowy. Wyjątkowość niezatwierdzonej wciąż w Polsce nauki o mediach i komunikowaniu społecznym polega na możliwości kształtowania własnej osobowości w stopniu nieporównywalnym z żadną inną dziedziną. Poza satysfakcją intelektualną, poważną rolę odgrywa także satysfakcja emocjonalna oraz konieczność ustawicznej inicjatywy i kreowania zarówno rozmaitych zjawisk i poglądów, jak i programów oraz siebie samego. I wszystko to służy doskonaleniu komunikowania na wszelkie możliwe sposoby i dowolnym zakresie. Perspektywa warsztatowa i perspektywa badawcza sprawiają, że studia tego rodzaju są zarówno praktyczne, jak teoretyczne. Można wybierać między sprofilowaniem rzemieślniczym a naukowym, można włączać przedmiot badań do innych pozornie obcych dziedzin, jak np. medycyna, handel lub prawo; w ostatnim przypadku chociażby w resocjalizację skazanych.

**Doprecyzowanie wspólnej metodologii** stanowi naturalny tok rozwoju tej ubiegającej się o uznanie dziedziny. Na tym zresztą polega fenomen pogłębiane-



go spojrzenia na szeroko rozumiane prace medioznawcze; po ewentualnym uznaniu mediów i komunikacji społecznej za dziedzinę nauki musi upłynąć pewien czas, aby interdyscyplinarność stała się ujednoliconym i uznawanym za normalny znakiem firmowym prowadzonych badań. Rozproszenie metod, które dobrze służy poszczególnym ujęciom problemów medialnych, w sytuacji zinstytucjonalizowania, np. doktoratów w instytutach dziennikarstwa i komunikacji społecznej, ma szansę wejść w nową fazę wzajemnych naukowych uzgodnień. Bez formalnego uznania tej dziedziny nie dojdzie z pewnością do takiej sytuacji, co oznacza po prostu utrwalanie sprawdzonych w innych dyscyplinach metodologii. Nawet jeśli będą one najlepsze, to dla mediów i komunikacji społecznej jako dziedziny wiedzy oznaczać to może w dalszej perspektywie stagnację.

Można sądzić, że sytuacja dojrzała na tyle, iż kompetentne władze dostrzegą swoiste ograniczenie, a nawet do pewnego stopnia sztuczność obecnych rozwiązań i szybko uznają nową dziedzinę nauki za w pełni uzasadnioną i potrzebną, odpowiadającą dynamicznemu rozwojowi współczesnego świata. Truizmem byłoby twierdzić, że potrzeba tu zgody, wyobraźni, zrozumienia i optymizmu wszystkich, którzy podejmą decyzję w tej sprawie. Tam, gdzie mamy do czynienia z sytuacją oczywistą, nie ma miejsca na małostkowość, brak wizji i piętrzenie trudności. Badania nad mediami nie potrzebują hamulców, potrzebują mądrego wsparcia i koła zamachowego w postaci formalnego uznania ich za naukę; po to, by rozwijać się ku wartościom i dojrzałej refleksji. **Przedmiot badań jest zbyt aktualny, stale obecny, ponadczasowy, progresywny, nieprzewidywalny i ważny, dotyczący człowieka u podstaw jego historycznego trwania, czyli – rzecz upraszczając – komunikacji przez język i obrazy, aby zbywać go milczeniem.**

Niniejsze uwagi nie wyczerpują oczywiście dyskusji, są zaledwie próbą uporządkowania problemu w celu jego pomyślnego rozwiązania. Autor wyszedł z założenia, że u źródeł cennej inicjatywy każde poparcie, nawet obciążone ryzykiem niedoskonałości, stanowi fragment większej całości, który w ostatecznym rozrachunku daje więcej przesłanek do odpowiedzialnej i wartościowej decyzji.

WIESŁAW SONCZYK

„Studia Medioznawcze”  
2000–2009  
(charakterystyka i ocena formuły  
wydawniczej)

“Studia Medioznawcze”  
2000–2009  
(characterization and assessment  
of the quarterly)

**K**wartalnik „Studia Medioznawcze” jest obecnie jednym z kilkunastu periodyków naukowych, wydawanych przez uczelnie kształcące dziennikarzy i ośrodki naukowo-badawcze realizujące badania nad mediami<sup>1</sup>. W pierwszym numerze – w odredakcyjnej deklaracji – stwierdza się m.in., że „idea pisma zrodziła się w końcu lat dziewięćdziesiątych wśród pracowników Instytutu. Wywodziła się ona z potrzeby stworzenia drugiego, obok »Zeszytów Prasoznawczych«, forum dyskusji środowiska medioznawczego, a także krytycznej oceny istniejącego systemu edukacji dziennikarzy, w szkolnictwie państwowym i prywatnym”. Powyższą informację wypada sprostować: w momencie powstania „Studia Medioznawcze” były nie drugim, ale trzecim – po krakowskich „Zeszytach Prasoznawczych” (1960) i „Roczniku Historii Prasy Polskiej” (1998) – naukowym periodykiem medioznawczym.

---

<sup>1</sup> Szkoda, że nie istnieje – aktualizowana na bieżąco – lista (katalog) takich czasopism. Może ją prowadzić redakcja „Studiów Medioznawczych”, w której imieniu apeluję o nadsyłanie stosownych informacji o powstawaniu, istnieniu bądź likwidacji periodyków medioznawczych.

Obecnie jest tych pism więcej; są to, m.in.: „Media i Kultura”, „Rocznik Prasoznawczy”, polska edycja „Global Media Journal”, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, „Media – Kultura – Społeczeństwo”, a także pisma popularne: dwutygodnik „Media i Marketing Polska” oraz miesięczniki „Press”, „Teleka-bel” i „Brief”.

Określając krąg potencjalnych odbiorców periodyku, redakcja stwierdza: „Zgodnie z intencjami zespołu redakcyjnego »Studia Medioznawcze« mają być pismem przeznaczonym głównie dla środowisk naukowych, nauczycieli akademickich i studentów. Chcielibyśmy także zaprosić do współpracy tych wszystkich, którzy na co dzień mają związek z mediami i wpływają na ich kształt lub po prostu interesują się dziennikarstwem i komunikowaniem społecznym.

Mamy też nadzieję, że równie istotną funkcją kwartalnika będzie cementowanie szeroko pojętego środowiska medioznawców i to nie tylko ze środowisk akademickich wyższych uczelni. Znajduje to odzwierciedlenie w składzie Rady Redakcyjnej – w jej pracach biorą udział wybitni przedstawiciele polskiego medioznawstwa, reprezentujący znakomitą większość ośrodków naszego kraju. Chcielibyśmy, aby wypowiedzi na łamach pisma wywoływały dyskusje i polemiki. Nie zapominamy o młodych pracownikach nauki i doktorantach, dlatego chcemy im stworzyć dogodną platformę prezentacji rezultatów swoich pierwszych badań”.

Natomiast określając profil pisma, redakcja zapowiada, że „stawia sobie za szczególne zadanie stworzenie forum dla wymiany poglądów, refleksji teoretycznej i rozważań praktycznych na temat treści i sposobów kształtowania nowoczesnego społecznego komunikowania, marketingu medialnego i public relations, prawa prasowego, systemów medialnych, języka środków masowego komunikowania. Oczywiście, nie będziemy także unikać problematyki z zakresu historii prasy i dziennikarstwa. Wydaje się, że w Polsce w chwili obecnej potrzebne są pogłębione studia teoretyczne i badania, z udziałem praktyków, których celem byłoby wypracowanie nowoczesnego i odpowiadającego wyzwaniom XXI w. modelu studiów dziennikarskich. Chcielibyśmy łamy pisma udostępnić tym wszystkim, którzy pragną zabrać głos we wspomnianych sprawach”.

Powyższe deklaracje, założenia i postulaty warto porównać z wynikami analizy zawartości trzydziestu siedmiu numerów „Studiów Medioznawczych”<sup>2</sup>. Trzeba podkreślić, że każdy z nich ma stałą – typową dla specjalistycznych periodyków naukowych – strukturę, na którą składają się trzy działy: I. Artykuły i materiały; II. Sprawozdania i informacje; III. Recenzje i noty recenzyjne. Ponadto, ale tylko w niektórych numerach, znajdują się teksty dodatkowe, które w niniejszej analizie są kwalifikowane jako „inne”; zazwyczaj są to odredakcyjne (niepodpisane), a czasem autorskie (podpisane) krótkie teksty zapowiadające treść i charakter (profil) danego numeru (tak jest zwłaszcza w przypadku numerów specjal-

---

<sup>2</sup> Badaniem objęto numery wydane w okresie grudzień 2000 – czerwiec 2009 (w tym również numery specjalne).

nych i monotematycznych) albo teksty okazjonalne, np. nekrologi (ks. bp. dr. Janna Chrapka, profesorów Andrzeja Ślisza i Andrzeja Notkowskiego)<sup>3</sup>.

\* \* \*

W badanym okresie na łamach „Studiów Medioznawczych” ukazało się łącznie 498 tekstów, przy czym nieco ponad połowę ich ogólnej liczby (55,6 proc.) stanowią artykuły i rozprawy naukowe (277), nieco ponad 1/4 (27,3 proc.) – recenzje i noty recenzyjne (136), dalsze 14,5 proc. – sprawozdania i informacje z konferencji, sympozjów i zjazdów naukowych (72), natomiast teksty „inne” (13) stanowią zaledwie 2,6 proc. Powyższe dane pozwalają stwierdzić – biorąc pod uwagę wymienione trzy główne typy publikacji – że na zawartość przeciętnego numeru „Studiów Medioznawczych” składa się 14 tekstów, w tym 8 artykułów, 2 sprawozdania i 4 recenzje. Można uznać, że są to w pełni zadowalające wskaźniki naukowej i organizacyjnej aktywności zarówno zespołu redakcyjnego, jak i współpracowników pisma.

Wyniki analizy statystycznej zawiera poniższa tabela<sup>4</sup>.

Rok	Ogółem		Artykuły		Sprawozdania		Recenzje		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	13	100	7	53,8	1	7,7	4	30,8	1	7,7
2001	62	100	31	50,0	7	11,3	22	35,5	2	3,2
2002	80	100	43	53,7	9	11,3	26	32,5	2	2,5
2003	63	100	36	57,1	10	15,9	16	25,4	1	1,6
2004	56	100	28	50,0	11	19,6	16	28,6	1	1,8
2005	58	100	32	55,2	10	17,2	13	22,4	3	5,2
2006	54	100	30	55,6	9	16,7	13	24,0	2	3,7
2007	46	100	28	60,9	5	10,9	12	26,0	1	2,2
2008	45	100	28	62,2	7	15,6	10	22,2	-	-
2009	21	100	14	66,7	3	14,3	4	19,0	-	-

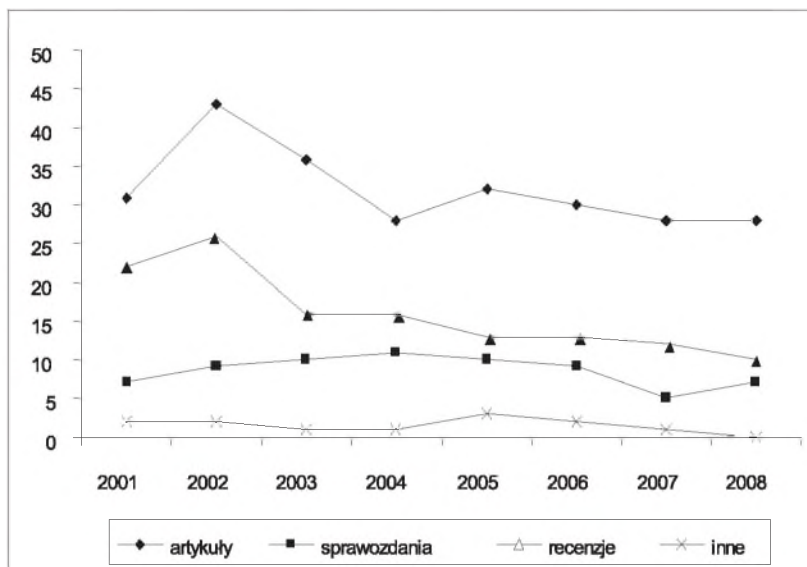
Dokładna analiza poszczególnych roczników pisma upoważnia do stwierdzenia, że najbardziej stabilny jest dział artykułów naukowych (aczkolwiek i w tym przypadku trafiają się numery, w których publikowane są zaledwie 4 z nich, a łącznie aż 13 tekstów), podczas gdy „pojemność” dwóch pozostałych działów jest bardzo zróżnicowana: parokrotnie zdarzyło się, że w dziale sprawozdań opublikowano tylko jeden tekst (a w jednym z numerów – żadnego), natomiast w przypadku działu recenzji jest kilkanaście numerów zaledwie z jednym lub dwoma tekstami.

Biorąc pod uwagę zawartość poszczególnych numerów (łącznie z numerami specjalnymi), wydanych w ciągu ośmiu pełnych lat istnienia „Studiów Medio-

<sup>3</sup> Tekstów „innych” nie objęto analizą, co nie znaczy, że są mało istotne.

<sup>4</sup> W latach 2002 i 2003 ukazało się po 5 numerów; numer specjalny w roku 2002 był poświęcony obecności kapitału zagranicznego w polskich mediach, natomiast numer specjalny w roku 2003 miał podtytuł: „Elektroniczne środki przekazu w Polsce wobec rozszerzenia Unii Europejskiej”.

znawczych” (2001–2008), można tę labilność przedstawić na wykresie liniowym. Wynika z niego, że co najmniej od roku 2005 liczba publikowanych artykułów naukowych, sprawozdań i recenzji zmniejsza się, chociaż w różnym tempie: najwolniej w przypadku artykułów, najszybciej w przypadku sprawozdań.



Rezultaty powyższej analizy upoważniają do sformułowania co najmniej czterech wniosków praktycznych, dotyczących zarówno organizacji pracy redakcji, jak i formuły wydawniczej pisma:

1. Należy zadbać o utrzymanie względnie stałej objętości poszczególnych numerów, ponieważ do tej pory bywa różnie, np. nr 4 z roku 2001 liczy 118 stron, a nr 4 z roku 2008 – 202 strony.

2. To dobrze, że liczba publikowanych w danym roczniku artykułów jest podobna (z wyjątkiem roczników, w których wydano numery specjalne); praktykę tę należy kontynuować.

3. Gdy chodzi o objętość działu recenzji, to wprawdzie zależy ona wyłącznie od aktywności współpracowników kwartalnika, ale redakcja powinna zadbać o jego większą niż dotąd stabilność, rozumianą jako względnie stałą liczbę publikowanych recenzji i not recenzyjnych. Wiadomo, że na rynku wydawniczym pojawia się co roku coraz więcej publikacji z dziedziny medioznawstwa zarówno autorów polskich, jak i zagranicznych. Nie sposób oczekiwać, że każda z nich zostanie zrecenzowana, ale można apelować do potencjalnych ich czytelników o większą aktywność w tym względzie.

4. Powyższy postulat w jeszcze większym stopniu dotyczy działu informacji i sprawozdań naukowych. Jest pewne, że w środowisku medioznawców, w skali

całego kraju, odbywa się każdego roku wystarczająco dużo imprez naukowych (zjazdów, seminariów, konferencji, sympozjów itd.), które w pełni zasługują na utrwalenie ich przebiegu i rezultatów w postaci sprawozdania (omówienia). Problem w tym jednak, kto ma się tym zajmować. Redakcja – z uwagi na nieliczny skład kadrowy – nie jest w stanie „obsłużyć” wszystkich imprez. Jest to więc rodzaj wyzwania dla obecnych i przyszłych współpracowników „Studiów Medioznawczych”, którzy mogliby się tym zająć. Niestety, nie wszyscy aktualni współpracownicy terenowi wykazują w tym względzie dostatecznie dużą aktywność. Można też postulować, by organizatorzy seminariów, zjazdów itd. zadbali o przygotowanie takiego sprawozdania lub przygotowali je we własnym zakresie. Wydaje się zresztą, że z podobnym kłopotem borykają się redakcje innych periodyków medioznawczych, gdyż informacji i sprawozdań z imprez naukowych też nie ma w nich zbyt wiele.

\* \* \*

Dalszą, bardziej szczegółową analizę zawartości „Studiów Medioznawczych” przeprowadzono oddzielnie, tzn. w odniesieniu do trzech wymienionych wcześniej działów. W każdym przypadku zastosowano jednak te same kryteria.

### Artykuły i materiały

Badając autorów publikowanych tekstów, podzielono ich na cztery grupy (kategorie), biorąc pod uwagę ich status naukowy w momencie publikacji danego artykułu. Oprócz grupy samodzielnych i niesamodzielnych pracowników naukowych, wydzielono kategorię „inni”, do której zaliczono przede wszystkim doktorantów oraz studentów rozmaitych uczelni i pracowników instytucji medialnych (np. KRRiT). Natomiast do osobnej kategorii („trudno określić”) zaliczono osoby, które w odredakcyjnych notkach o autorach zostały zaprezentowane tak ogólnikowo, że nie sposób włączyć je do którejś z ustalonych grup (np. podano jedynie, że autor tekstu jest absolwentem jakiejś uczelni). Ale takich przypadków odnotowano, na szczęście, bardzo niewiele.

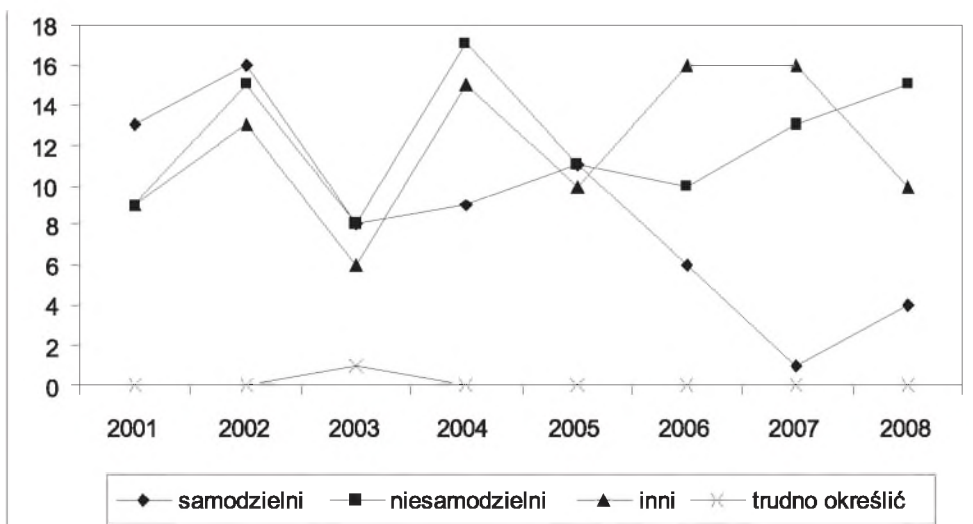


Wyniki analizy statystycznej – według kryterium statusu autorów – przedstawiono w tabeli:

Rok	Ogółem		Samodzielni		Niesamodzielni		Inni		Trudno określić	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	7	100	6	85,7	-	-	1	14,3	-	-
2001	31	100	13	42,0	9	29,0	9	29,0	-	-
2002	44	100	16	36,4	15	34,1	13	29,5	-	-
2003	23	100	8	34,8	8	34,8	6	26,1	1	4,3
2004	41	100	9	21,9	17	41,5	15	36,6	-	-
2005	32	100	11	34,4	11	34,4	10	31,2	-	-
2006	32	100	6	18,8	10	31,2	16	50,0	-	-
2007	30	100	1	3,3	13	43,3	16	53,4	-	-
2008	29	100	4	13,8	15	51,7	10	34,5	-	-
2009	17	100	1	5,9	6	35,3	7	41,2	3	17,6

Z tabeli tej wynika, że autorami 277 artykułów naukowych jest 286 osób, ponieważ odnotowano kilka tekstów mających po dwóch lub nawet trzech autorów. Warto też dodać, że nazwiska około 20 z nich powtarzają się parokrotnie. Najbardziej „wydajną” kategorię autorów stanowią niesamodzielni pracownicy naukowi, tj. asystenci i adiunkci (104) oraz doktoranci (103), stanowiąc łącznie aż 72,4 proc. ogólnej liczby autorów (odpowiednio: 36,4 i 36,0 proc.). Zdecydowanie mniej aktywni są samodzielni pracownicy naukowi (75), stanowiąc 26,2 proc. ogółu autorów; co więcej, jest to relatywnie niewielka grupa, licząca około 25 osób, których nazwiska powtarzają się parokrotnie. Pozostali autorzy (4), zaliczeni do kategorii „trudno określić”, stanowią tylko 1,4 proc.

Aktywność poszczególnych grup autorów w latach 2001–2008 ilustruje poniższy wykres:



Analizując tę aktywność, można wskazać trzy charakterystyczne tendencje:

- po względnie dużym zaangażowaniu samodzielnych pracowników naukowych, widocznym w latach 2001–2002, staje się ono wyraźnie mniejsze, zwłaszcza od roku 2006, co trudno racjonalnie uzasadnić;
- trwała i relatywnie wysoka aktywność autorów będących niesamodzielnymi pracownikami naukowymi (ponad 30 proc. ogólnej liczby autorów w danym roku), od roku 2006 systematycznie zwiększa się (w roku 2008 wynosiła 51,7 proc.);
- w badanym okresie utrzymuje się wprawdzie wysoka aktywność autorów z kategorii „inni” (chodzi głównie o doktorantów), ale jest bardziej labilna niż w przypadku niesamodzielnich pracowników naukowych (od 26,1 proc. w roku 2003 do 53,4 w 2007).

Na tej podstawie można sformułować ogólny wniosek, że zawartość tego działu „Studiów Medioznawczych” jest – w badanym okresie – odzwierciedleniem aktywności pisarskiej przede wszystkim niesamodzielnich pracowników naukowych, następnie doktorantów, a dopiero w trzeciej kolejności – pracowników samodzielnych.

Kolejnym kryterium analizy kręgu autorów artykułów było miejsce ich stałego zatrudnienia. Chodziło przede wszystkim o ustalenie aktywności pracowników Instytutu Dziennikarstwa WDiNP i UW, a w tym kontekście również aktywności autorów zewnętrznych, w tym – pracowników innych uczelni. Ustalając „pochodzenie” autorów artykułów, wydzielono też kategorię „inni”, do której zaliczono przede wszystkim doktorantów, studentów i pracowników instytucji medialnych (m.in. KRRiT) oraz kategorię „trudno określić” (gdy miejsca pracy ani statusu autora tekstu nie można było jednoznacznie ustalić).

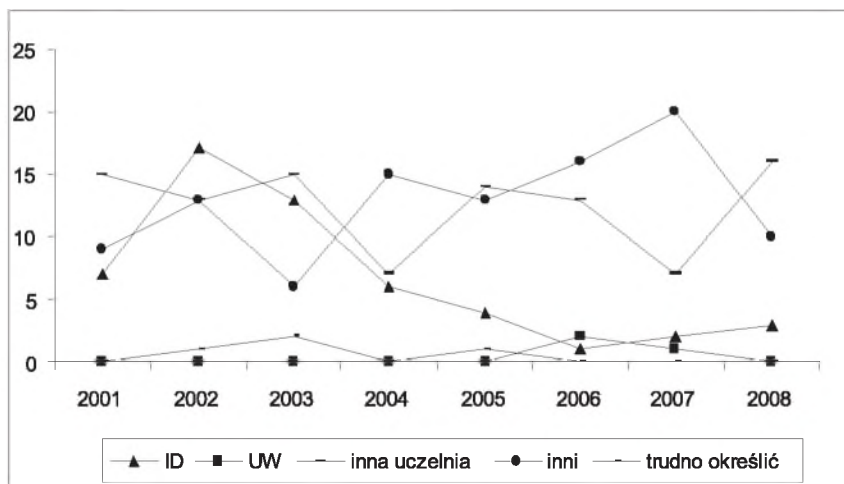
Wyniki analizy statystycznej grupy autorów artykułów – według miejsca ich zatrudnienia – zawiera następująca tabela:

Rok	Ogółem		ID		UW		Inna uczelnia		Inni		Trudno określić	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	7	100	3	42,9	-	-	3	42,9	1	14,2	-	-
2001	31	100	7	22,6	-	-	15	48,4	9	29,0	-	-
2002	44	100	17	38,7	-	-	13	29,5	13	29,5	1	2,3
2003	36	100	13	36,1	-	-	15	41,7	6	16,7	2	5,5
2004	28	100	6	21,4	-	-	7	25,0	15	53,6	-	-
2005	32	100	4	12,5	-	-	14	43,8	13	40,6	1	3,1
2006	32	100	1	3,1	2	6,2	13	40,7	16	50,0	-	-
2007	30	100	2	6,7	1	3,3	7	23,3	20	66,7	-	-
2008	29	100	3	10,3	-	-	16	55,2	10	34,5	-	-
2009	17	100	2	11,8	-	-	5	29,4	7	41,2	3	17,6

Wynika z niej, że największą grupę autorów stanowią „inni”, czyli w praktyce – przede wszystkim doktoranci (110) oraz pracownicy innych uczelni (108), czyli w sumie aż 76,3 proc. wszystkich autorów (odpowiednio: 38,5 i 37,8 proc.).

Tylko co piąty autor (58, czyli 20,3 proc.) jest pracownikiem Instytutu Dziennikarstwa, przy czym faktycznie ta grupa osób jest znacznie mniejsza, ponieważ kilka nazwisk powtarza się, i to wielokrotnie. Co więcej, od roku 2004 widać wyraźnie tendencję spadkową; na przykład: o ile jeszcze w roku 2003 artykuły opublikowało 6 pracowników, to w roku 2006 – tylko 1, w 2007 – 2, a w 2008 – 3. Zwraca też uwagę trudny do wyjaśnienia fakt, że na łamach „Studiów Medioznawczych” nie publikują pracownicy innych instytutów Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych. Minimalna jest też aktywność pracowników innych wydziałów Uniwersytetu Warszawskiego, którą odnotowano jedynie w roku 2006 (dwa nazwiska) i w roku 2007 (jedno nazwisko).

Do ciekawych wniosków skłania też następujący wykres liniowy, będący ilustracją omawianych tendencji. Po pierwsze – zwraca uwagę wysoka – zwłaszcza w latach 2002–2007 – aktywność doktorantów (odnotowanych w grupie „inni”), w tym doktorantów WDiNP UW; jej potwierdzeniem jest fakt, że w niektórych latach byli oni autorami połowy lub więcej ogółu tekstów artykułów (w roku 2004 – 53,6 proc., w 2006 – 50 proc., w 2007 – aż 66,7 proc.). Można to wytłumaczyć koniecznością wykazania się przez doktorantów publikacjami w periodykach naukowych. Po drugie – dużo większą aktywnością cechują się autorzy z innych uczelni niż UW, szczególnie gdy chodzi o pracowników niesamodzielnych, stanowiąc w niektórych latach ponad 40 proc. ogólnej liczby publikujących autorów (w roku 2001 – 48,4 proc., w 2003 – 41,7 proc., w 2005 – 43,8 proc., w 2008 – 55,2 proc.).



Można zatem powiedzieć, że autorami większości artykułów są pracownicy spoza UW, co uprawnia do stwierdzenia, że traktują oni „Studia Medioznawcze” jako prestiżową dla siebie płaszczyznę (forum) aktywności naukowej. Podobnie jest w przypadku doktorantów, również tych z WDiNP UW. Warto dodać, że naj-

więcej artykułów opublikowali pracownicy i doktoranci z Uniwersytetu Wrocławskiego, UAM, UMCS, UJ i UŚ. Natomiast pojedyncze teksty opublikowali pracownicy i doktoranci ze wszystkich większych ośrodków akademickich. Oznacza to, że sformułowana w artykule wstępnym idea i cel istnienia pisma zostały osiągnięte (zrealizowane).

Analizując problematykę, omawianą w opublikowanych artykułach, przyjęto trzy kategorie tematyczne: 1) media w Polsce, 2) media w innych krajach, 3) media w ogóle. W przypadku dwóch pierwszych kategorii chodzi o problematykę między innymi struktury i organizacji systemu medialnego jako całości oraz realia funkcjonowania poszczególnych instytucji medialnych w Polsce lub w innych krajach, natomiast w przypadku trzeciej kategorii – o problematykę związaną m.in. ze społecznymi konsekwencjami działalności mediów oraz szeroko rozumianą tematykę okołomedialną (PR, marketing medialny, badania opinii publicznej, internet itd.).

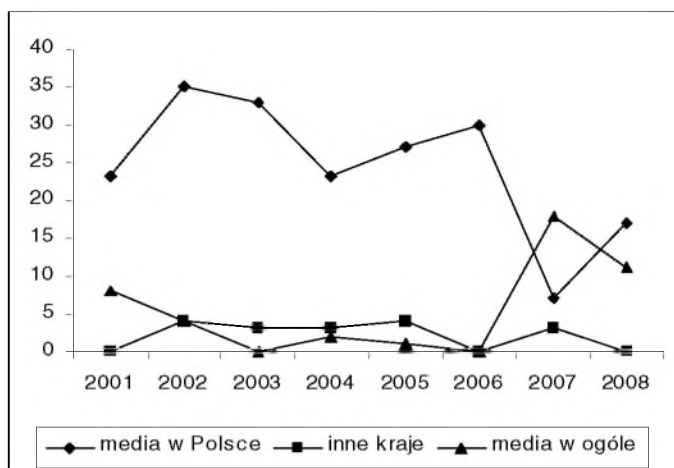
Okazało się, że prawie 3/4 ogółu artykułów (206) dotyczy sytuacji mediów w Polsce (74,4 proc.), kolejne 18 proc. – tzw. problematyki okołomedialnej (50), a tylko 7,6 proc. – mediów w innych krajach (21). Są to głównie kraje europejskie (m.in. Francja, Wielka Brytania, Niemcy, Rosja, Litwa, Łotwa, Estonia, Holandia, Hiszpania, Białoruś), również pozaeuropejskie (m.in. Kanada, Japonia, USA, ChRL).

Z przedstawionej niżej tabeli wynika, że tendencja do preferowania na łamach „Studiów Medioznawczych” tekstów dotyczących polskiego systemu medialnego jest trwała i utrzymuje się od roku 2001. Jej potwierdzeniem jest wysoki odsetek tekstów na ten temat w poszczególnych latach, np.: w roku 2001 – 74,2 proc., w 2002 – 81,4 proc., w 2003 – 91,7 proc., w 2005 – 84,4 proc., w 2006 – 100 proc.).

Rok	Ogółem		Media w Polsce		Media w innych krajach		Media w ogóle	
	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	7	100	3	42,9	-	-	4	57,1
2001	31	100	23	74,2	-	-	8	25,8
2002	43	100	35	81,4	4	9,3	4	9,3
2003	36	100	33	91,7	3	8,3	-	-
2004	28	100	23	82,2	3	10,7	2	7,1
2005	32	100	27	84,4	4	12,5	1	3,1
2006	30	100	30	100	-	-	-	-
2007	28	100	7	25,0	3	10,7	18	64,3
2008	28	100	17	60,7	-	-	11	39,3
2009	14	100	8	57,1	4	28,6	2	14,3

Gdy chodzi o teksty z kategorii „media w ogóle”, to można mówić o bardzo dużej labilności, np.: w roku 2002 – 9,3 proc., w 2007 – 64,3 proc., w 2008 – 39,3 proc. Natomiast w odniesieniu do tekstów z kategorii „media w innych krajach” można stwierdzić tendencję do względnej stabilizacji (w roku 2002 – 9,3 proc., w 2005 – 12,5 proc., w 2007 – 10,7 proc.).

Omawianą sytuację ilustruje następujący wykres:



Trudno jednoznacznie i w sposób wiarygodny wyjaśnić przyczyny takiego zróżnicowania tematycznego publikowanych artykułów. Jedno jest jednak pewne: nie jest to rezultat świadomej polityki redakcyjnej, ale konsekwencja zainteresowań autorów nadsyłanych tekstów.

Wyniki analizy opublikowanych artykułów pod kątem kryterium chronologicznego uprawniają do wniosku, że przytłaczająca większość z nich (258, tj. 93,1 proc.) dotyczy aktualnej sytuacji mediów i systemu medialnego jako całości (w przypadku Polski – po roku 1990). Tylko pojedyncze artykuły (13 – 4,7 proc.) dotyczą wcześniejszej sytuacji mediów (w Polsce przed rokiem 1990). Podobnie jest w przypadku artykułów (6) na temat historii mediów do roku 1945 (2,2 proc.).

Sytuację w poszczególnych latach ilustruje następująca tabela:

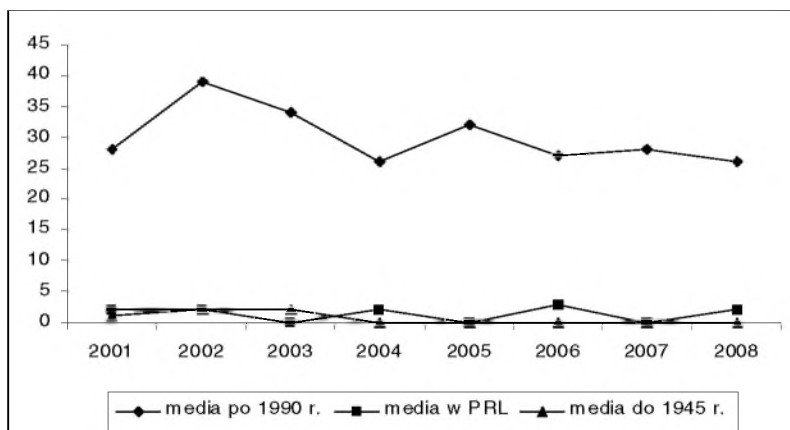
Rok	Ogółem		Media po roku 1990		Media przed rokiem 1990		Media do roku 1945	
	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	7	100	6	85,7	-	-	1	14,3
2001	31	100	28	90,2	2	6,5	1	3,3
2002	43	100	39	90,8	2	4,6	2	4,6
2003	36	100	34	94,4	-	-	2	5,6
2004	28	100	26	92,9	2	7,1	-	-
2005	32	100	32	100	-	-	-	-
2006	30	100	27	90,0	3	10,0	-	-
2007	28	100	28	100	-	-	-	-
2008	28	100	26	92,9	2	7,1	-	-
2009	14	100	12	85,7	2	14,3	-	-

Z powyższych danych wynika, że poczynając od roku 2004 nie odnotowano ani jednego tekstu z zakresu historii mediów przed rokiem 1945, a we wcześniej-

szych latach teksty z tego zakresu ukazywały się sporadycznie, np. w roku 2001 tylko jeden, w latach 2002–2003 – po dwa. Z kolei zainteresowanie problematyką funkcjonowania mediów w PRL jest nie tylko relatywnie małe, ale także nierównomierne (ani jednego tekstu na ten temat nie odnotowano w rocznikach 2003, 2005 i 2007).

Trudno o jednoznaczną ocenę tej sytuacji. Z jednej strony to dobrze, że autorzy publikowanych tekstów tak wiele uwagi poświęcają aktualnym problemom mediów i społecznym konsekwencjom transformacji polskiego systemu medialnego (i systemów medialnych w innych krajach); dzięki temu można dokładniej poznać i ocenić rzeczywistość medialną. Z drugiej jednak, dziwi niewielkie zainteresowanie sytuacją mediów w okresie PRL-u, chociaż wiadomo, że to w tamtych czasach i ówczesnych realiach działalności poszczególnych podmiotów medialnych należy poszukiwać przyczyn rozmaitych trudności i problemów, które mają obecnie wydawcy i nadawcy działający w warunkach wolnego, konkurencyjnego rynku medialnego. Jest prawdopodobne, że – z uwagi na swój wiek – doktoranci nie chcą do tych spraw wracać, gdyż z ich perspektywy mają one tylko wymiar historyczny.

Omawianą wyżej sytuację i tendencje w latach 2001–2008 ilustruje poniższy wykres liniowy:



Trudno powiedzieć, czy w przyszłości tendencje te zmienią się (np. czy na łamach „Studiów Medioznawczych” pojawi się więcej tekstów o sytuacji mediów w PRL).

Analizując zakres (profil) tematyczny opublikowanych artykułów, przyjęto siedem kategorii: 1) prasa drukowana (dzienniki i czasopisma), 2) radiofonia (publiczna i komercyjna), 3) telewizja (publiczna i komercyjna), 4) agencje prasowe, 5) problemy zawodu dziennikarskiego, 6) problemy systemu medialnego jako całości, 7) inne (w tym problemy związane z internetem). Trzeba zastrzec,



że wymienione kategorie są bardzo „pojemne” (ogólne), co oznacza w konsekwencji, że wyniki analizy nie dają szczegółowego, a tylko ogólny (orientacyjny) obraz zakresu tematycznego badanych tekstów.

Wyniki analizy statystycznego zawiera następująca tabela:

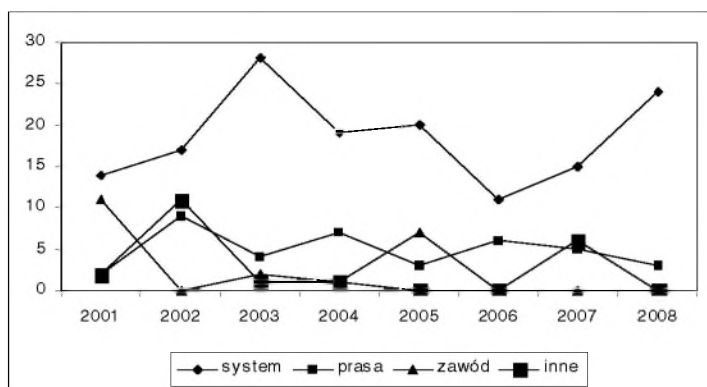
Rok	Ogółem		Prasa		Radio		Telewizja		Agencje		Zawód		System		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	7	100	2	28,6	-	-	-	-	-	-	1	14,3	3	42,8	1	14,3
2001	31	100	2	3,2	-	-	1	3,2	1	3,2	11	35,6	14	45,2	2	6,4
2002	43	100	9	20,9	-	-	6	13,9	-	-	-	-	17	39,6	11	25,6
2003	36	100	4	11,1	1	2,8	-	-	-	-	2	5,6	28	77,7	1	2,8
2004	28	100	7	25,0	-	-	-	-	-	-	1	3,6	19	67,8	1	3,6
2005	32	100	3	9,3	-	-	2	6,2	-	-	7	21,9	20	62,6	-	-
2006	30	100	6	20,0	12	40,0	-	-	1	3,3	-	-	11	36,7	-	-
2007	28	100	5	17,8	1	3,6	-	-	1	3,6	-	-	15	53,6	6	21,4
2008	28	100	3	10,8	-	-	-	-	1	3,6	-	-	24	85,6	-	-
2009	14	100	5	35,7	-	-	-	-	-	-	1	7,1	8	57,2	-	-

Jak można się było spodziewać, zdecydowana większość artykułów zamieszczonych na łamach „Studiów Medioznawczych” (159) dotyczy systemu medialnego jako całości (57,4 proc.). Pozostałe tematy cieszą się znacznie mniejszym zainteresowaniem: odnotowano 46 tekstów o prasie drukowanej (16,6 proc.), 23 – na temat zawodu dziennikarskiego (8,3 proc.), 22 – „innych”, głównie dotyczących internetu i tzw. nowych mediów (7,9 proc.), 14 – radiofonii (5,1 proc.), 9 – telewizji (3,3 proc.), 4 – agencji prasowych (1,4 proc.).

Dokładniejsza analiza powyższych danych uprawnia do stwierdzenia, że autorzy artykułów wykazują systematyczne zainteresowanie tylko dwoma tematami: systemem medialnym jako całością oraz prasą drukowaną, podczas gdy zainteresowanie pozostałymi jest nierównomierne, a właściwie – wręcz okazjonalne (czego potwierdzeniem są również numery specjalne).

Należy jednak dodać, że zainteresowanie to – mierzone procentowym udziałem tekstów na dany temat w konkretnym roku – nawet w odniesieniu do systemu medialnego i prasy drukowanej – jest labilne. Dość powiedzieć, że w roku 2002 artykuły na temat systemu medialnego stanowiły 39,6 proc. ogółu artykułów opublikowanych w tym roku, a już w rok później – 77,7 proc.; podobne różnice widoczne są w latach 2006–2008 (odpowiednio: 36,7 proc., 53,6 proc., 85,6 proc.). Z kolei artykuły na temat prasy drukowanej stanowiły w roku 2001 tylko 3,2 proc., a rok później – 20,9 proc.; w 2005 – 9,3 proc., a w 2006 – 20 proc.

Zróźnicowanie to ilustruje wykres liniowy, uwzględniający cztery najbardziej popularne tematy.



W uzupełnieniu powyższej charakterystyki trzeba jednak dodać, że podane w tabeli dane i przedstawione na wykresie tendencje dotyczą artykułów, których jedynym, a przynajmniej – głównym tematem jest odpowiednio: prasa, radio, telewizja itd. Co więcej, w artykułach zaliczonych do dwóch najczęściej notowanych kategorii („system medialny jako całość” oraz „prasa”) bardzo często autorzy podejmują również problemy związane z działalnością mediów elektronicznych, zawodem dziennikarskim itd.

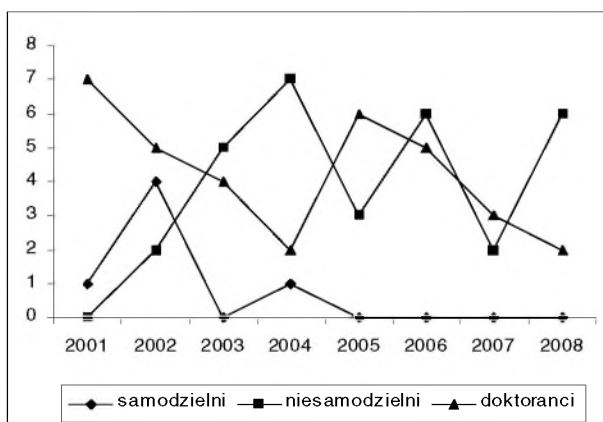
### Sprawozdania i informacje

W dziale „Sprawozdania i informacje” zostały opublikowane w sumie 72 teksty, autorstwa 78 osób. Są to przede wszystkim doktoranci – 36 osób (46,2 proc. ogółu autorów) oraz niesamodzielnicy pracownicy naukowcy – 32 (41 proc.). Pozostali autorzy to albo samodzielni pracownicy naukowcy – 7 (9 proc.), albo osoby, których statusu naukowego nie sposób jednoznacznie określić – 3 (3,8 proc.).

Szczegółowe dane z poszczególnych lat podano w poniższej tabeli:

Rok	Ogółem		Samodzielnicy		Niesamodzielnicy		Doktoranci		Trudno określić	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	1	100	-	-	1	100	-	-	-	-
2001	8	100	1	12,5	-	-	7	87,5	-	-
2002	11	100	4	36,4	2	18,2	5	45,4	-	-
2003	10	100	-	-	5	50,0	4	40,0	1	10,0
2004	11	100	1	9,1	7	63,6	2	18,2	1	9,1
2005	10	100	-	-	3	30,0	6	60,0	1	10,0
2006	11	100	-	-	6	54,5	5	45,5	-	-
2007	5	100	-	-	2	40,0	3	60,0	-	-
2008	8	100	-	-	6	75,0	2	25,0	-	-
2009	3	100	1	33,3	-	-	2	66,7	-	-

Wynika z niej, że aktywność pracowników niesamodzielnych i doktorantów jako autorów sprawozdań jest w poszczególnych latach bardzo labilna. Dość powiedzieć, że w roku 2004 pracownicy niesamodzielni byli autorami zdecydowanej większości opublikowanych sprawozdań (63,6 proc.), podczas gdy doktoranci – zaledwie 18,2 proc., ale już w następnym roku było odwrotnie (odpowiednio: 60 proc. – doktoranci, 40 proc. – niesamodzielni).



Sytuację w latach 2001–2008 ilustruje wykres liniowy (pominięto w nim kategorię „trudno określić”).

Tylko w nielicznych przypadkach autorami sprawozdań naukowych są samodzielni pracownicy naukowi. Co więcej, w roku 2003 i w latach 2005–2008 takich autorów nie odnotowano.

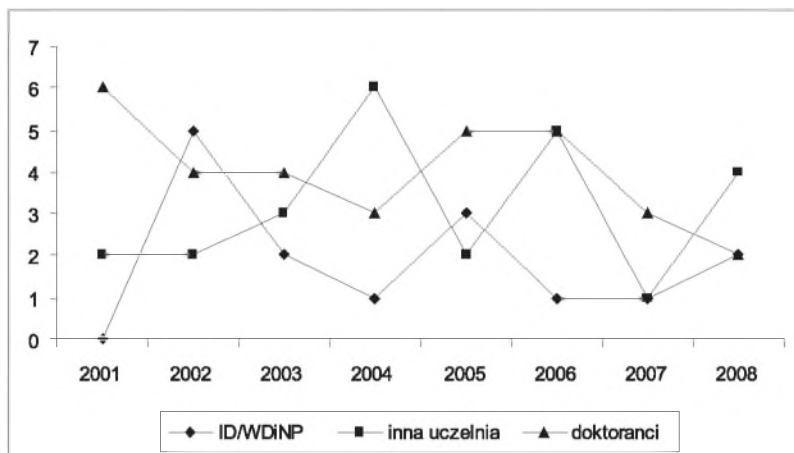
Wyniki analizy grupy autorów sprawozdań według kryterium miejsca ich zatrudnienia dowodzą, że tylko 20,5 proc. tekstów przygotowali pracownicy Instytutu Dziennikarstwa i WDiNP UW. Zdecydowanie bardziej aktywni pod tym względem są pracownicy innych uczelni (32,1 proc.) bądź „inni” autorzy, głównie doktoranci (44,8 proc.).

Szczegółowe dane – w rozbiciu na poszczególne lata – zawiera tabela:

Rok	Ogółem		ID/WDiNP		Inne uczelnie		Doktoranci		Trudno określić	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	1	100	-	-	-	-	1	100	-	-
2001	8	100	-	-	2	25,0	6	75,0	-	-
2002	11	100	5	45,4	2	18,2	4	36,4	-	-
2003	10	100	2	20,0	3	30,0	4	40,0	1	10,0
2004	11	100	1	9,1	6	54,5	3	27,3	1	9,1
2005	10	100	3	30,0	2	20,0	5	50,0	-	-
2006	11	100	1	9,0	5	45,5	5	45,5	-	-
2007	5	100	1	20,0	1	20,0	3	60,0	-	-
2008	8	100	2	25,0	4	50,0	2	25,0	-	-
2009	3	100	1	33,3	-	-	2	66,7	-	-

Wynika z niej, że najbardziej systematycznymi autorami sprawozdań byli w omawianym czasie doktoranci, dostarczając prawie połowę, a w niektórych latach nawet więcej niż połowę ogólnej liczby tekstów drukowanych w tym dziale (np. w roku 2001 – 75 proc., w 2007 – 60 proc.). Natomiast jednakowo systematyczni byli w tym czasie pracownicy innych uczelni i pracownicy Instytutu Dziennikarstwa UW, aczkolwiek ci pierwsi dostarczyli znacznie więcej tekstów.

Dynamikę zmian w tym względzie ilustruje wykres liniowy:



Należy dodać, że wprawdzie autorami nawet 70–80 proc. sprawozdań publikowanych prawie w każdym roczniku „Studiów Medioznawczych” są pracownicy naukowci spoza ID UW oraz doktoranci, ale wśród tych ostatnich znajdują się również doktoranci ID, którzy swoją aktywnością nieco podwyższają względnie niski (20,5 proc.) wskaźnik aktywności etatowych pracowników Instytutu.

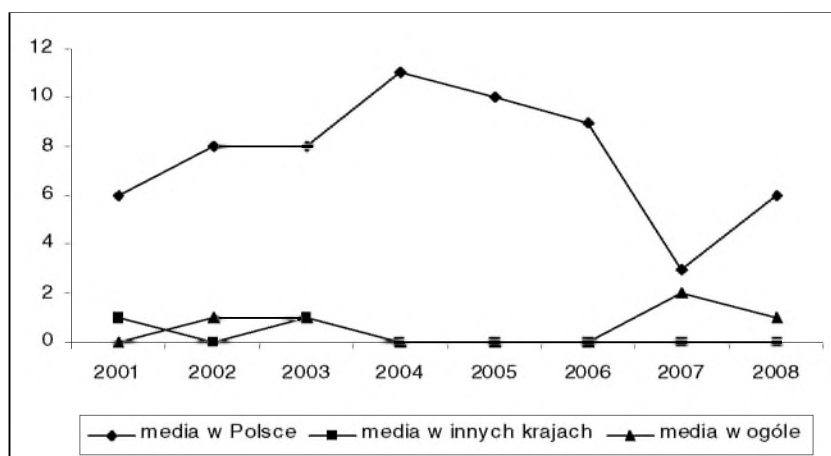
Wyniki analizy publikowanych sprawozdań pod kątem ich tematyki pozwalają stwierdzić, że dotyczą one przede wszystkim imprez naukowych, których tematem jest – co oczywiste i naturalne – funkcjonowanie współczesnych mediów, w najszerszym rozumieniu tego pojęcia: w Polsce, w innych krajach albo mediów w ogóle. Spośród 72 sprawozdań aż 65 (90,3 proc.) dotyczy konferencji i seminariów poświęconych mediom w Polsce, zaledwie 2 (2,8 proc.) – mediom w innych krajach, pozostałe 5 (6,9 proc.) – mediom w ogóle.

Szczegółowe dane – w rozbiciu na poszczególne lata – zawiera poniższa tabela, z której wynika, że tylko zainteresowanie mediami w Polsce można określić jako systematyczne, podczas gdy zainteresowanie mediami w innych krajach i mediami w ogóle – jako okazjonalne. Trudno jednoznacznie wyjaśnić tę sytuację; być może jest to spowodowane małą liczbą imprez naukowych na temat mediów w innych krajach i mediów w ogóle (co wydaje się raczej wątpliwe) albo jest to rezultat wyboru autorów sprawozdań.

Rok	Ogółem		Media w Polsce		Media w innych krajach		Media w ogóle	
	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	1	100	1	100	-	-	-	-
2001	7	100	6	85,7	1	14,3	-	-
2002	9	100	8	88,9	-	-	1	11,1
2003	10	100	8	80,0	1	10,0	1	10,0
2004	11	100	11	100	-	-	-	-
2005	10	100	10	100	-	-	-	-
2006	9	100	9	100	-	-	-	-
2007	5	100	3	60,0	-	-	2	40,0
2008	7	100	6	85,7	-	-	1	14,3
2009	3	100	3	100	-	-	-	-

Niepokojąca jest jednak tendencja spadkowa, widoczna zwłaszcza od roku 2005, gdy chodzi o liczbę sprawozdań z konferencji dotyczących polskiego systemu medialnego.

Ilustruje ją następujący wykres liniowy:



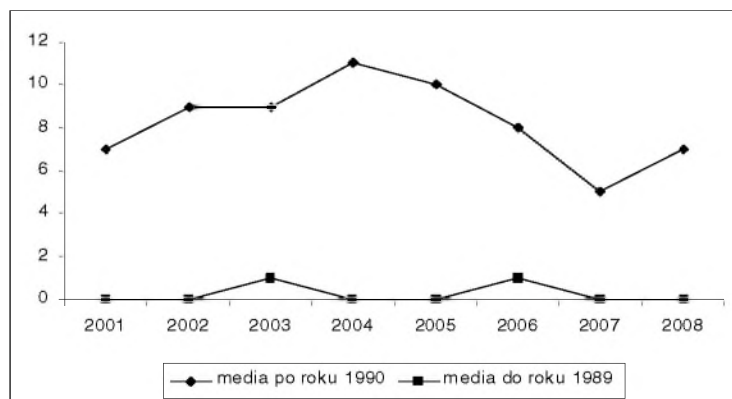
Nie jest natomiast zaskoczeniem fakt, że wśród opublikowanych sprawozdań aż 70, czyli 97,2 proc., dotyczy sytuacji mediów po roku 1990, zwłaszcza społecznych konsekwencji ich funkcjonowania. Taki profil i zakres tematyczny ma przecież zdecydowana większość konferencji, seminariów i sympozjów organizowanych w środowisku medioznawców. Identyczną tendencję widać zresztą w przypadku publikacji książkowych, wydawanych w ostatnich kilkunastu latach, a także w przypadku treści większości czasopism medioznawczych (np. „Zeszytów Prasoznawczych”).

Szczegółowe wyniki analizy – w rozbiciu na poszczególne lata – zawiera poniższa tabela:

Rok	Ogółem		Media po roku 1990		Media do roku 1989	
	N	%	N	%	N	%
2000	1	100	1	100	-	-
2001	7	100	7	100	-	-
2002	9	100	9	100	-	-
2003	10	100	9	90,0	1	10,0
2004	11	100	11	100	-	-
2005	10	100	10	100	-	-
2006	9	100	8	88,9	1	11,1
2007	5	100	5	100	-	-
2008	7	100	7	100	-	-
2009	3	100	3	100	-	-

Należy jednak dodać, że wprowadzicie sprawozdania zakwalifikowane do kategorii „media po roku 1990” dotyczą imprez naukowych poświęconych szeroko rozumianemu procesowi transformacji (w Polsce i/lub w innych krajach), ale w większości z nich są również mniej lub bardziej rozbudowane wątki dotyczące wcześniejszej historii mediów.

Przedstawiony niżej wykres liniowy ujawnia niepokojącą tendencję, pojawiającą się od roku 2005: liczba sprawozdań z kategorii „media po roku 1990” zmniejsza się. Nie sposób jednak wytłumaczyć to malejącą liczbą konferencji, sympozjów itp., ale raczej niechęcią potencjalnych autorów do pisania sprawozdań, zwłaszcza terenowych współpracowników pisma.



Powyższa sytuacja skłania do ogólniejszych wniosków: po pierwsze – bardzo nieliczne są sprawozdania dotyczące historii mediów (odnotowano jedynie dwa przypadki, w latach 2003 i 2006); po drugie – trzeba dodać, że rozmaite wątki i elementy historii mediów, zwłaszcza z okresu PRL, pojawiały się – w ograniczonym zakresie i zwykle na drugim planie – także w trakcie konferencji i innych imprez



na temat transformacji mediów współczesnych, czyli po roku 1990; po trzecie – zaskakuje brak sprawozdań z imprez medioznawczych dotyczących sytuacji i roli mediów w okresie PRL, chociaż wiele zjawisk czy procesów dokonujących się w rzeczywistości medialnej współcześnie sięga swoimi „korzeniami” do tamtego czasu albo można je częściowo wytłumaczyć sytuacją mediów w okresie PRL.

Gdy chodzi o analizę zakresu (profilu) tematycznego opublikowanych sprawozdań, to przeprowadzono ją według tych samych kryteriów, co analizę artykułów. W istocie jest to jednak przede wszystkim analiza zakresu (profilu) tematycznego imprez medioznawczych, których te sprawozdania dotyczą.

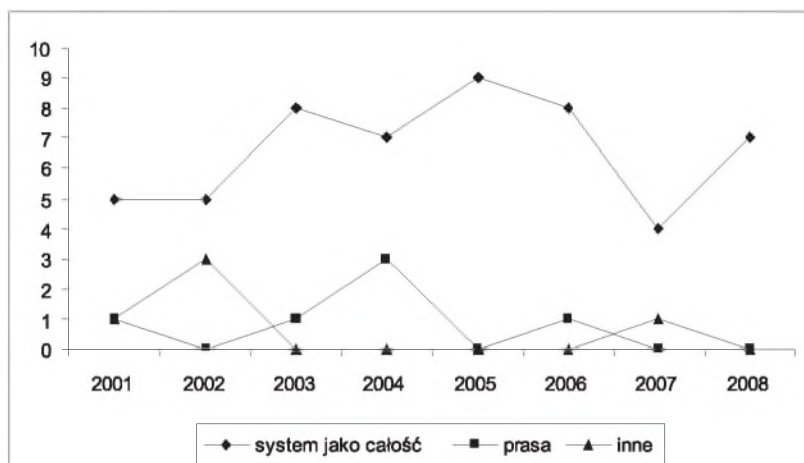
Nie dziwi więc fakt, że przytłaczająca większość z nich (57) dotyczy systemu medialnego postrzeganego jako całość (79,2 proc.); co więcej – to one zdecydowanie dominują w poszczególnych rocznikach pisma, np.: w roku 2002 – 55,6 proc., w 2003 – 80 proc., w 2005 – 90 proc., w 2006 – 88,9 proc., w 2008 i 2009 – 100 proc.

Pełne dane statystyczne – w odniesieniu do poszczególnych roczników – zawiera tabela:

Rok	Ogółem		Prasa		Radio i telewizja		Zawód dziennikarski		System jako całość		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	1	100	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-
2001	7	100	1	14,3	-	-	-	-	5	71,4	1	14,3
2002	9	100	-	-	-	-	1	11,1	5	55,6	3	33,3
2003	10	100	1	10,0	1	10,0	-	-	8	80,0	-	-
2004	11	100	3	27,3	-	-	1	9,1	7	63,6	-	-
2005	10	100	-	-	1	10,0	-	-	9	90,0	-	-
2006	9	100	1	11,1	-	-	-	-	8	88,9	-	-
2007	5	100	-	-	-	-	-	-	4	80,0	1	20,0
2008	7	100	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-
2009	3	100	-	-	-	-	-	-	3	100	-	-

Wynika z niej, że zainteresowanie pozostałymi tematami – mierzone liczbą opublikowanych sprawozdań – jest niewielkie i okazjonalne.

Tendencje w tym względzie ilustruje poniższy wykres liniowy, na którym uwzględniono trzy najbardziej popularne tematy – 1) system medialny jako całość, 2) prasa, 3) inne (chodzi głównie o problematykę internetu):



Niestety, w odniesieniu do każdego z nich obserwuje się tendencję spadkową. Należy to tłumaczyć nie malejącą liczbą konferencji, sympozjów itp., ale raczej – o czym bywa mowa wcześniej – niechęcią potencjalnych autorów do pisania sprawozdań.

### Recenzje

Autorami 136 recenzji opublikowanych na łamach „Studiów Medioznawczych” są proporcjonalnie: niesamodzielnicy pracownicy naukowcy (46, tj. 33,8 proc.), pracownicy samodzielni (44 – 32,4 proc.) oraz doktoranci (43 – 31,6 proc.). W pozostałych przypadkach (3 – 2,2 proc.) nie sposób określić statusu naukowego autora tekstu.

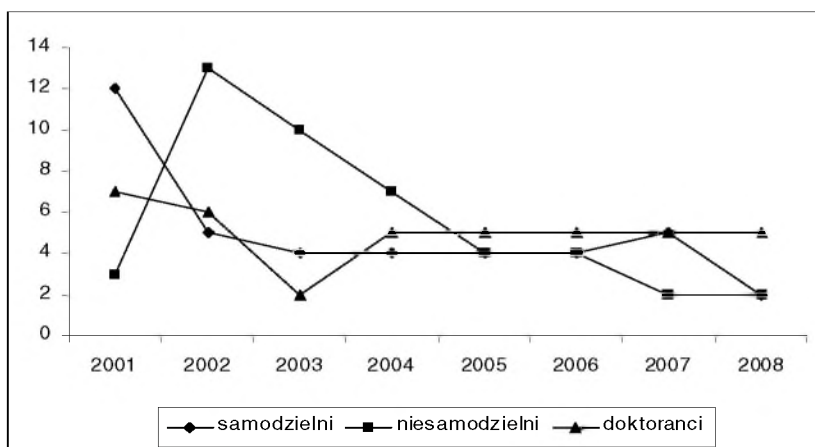
Sytuację w poszczególnych latach ilustruje następująca tabela:

Rok	Ogółem		Samodzielni prac. naukowcy		Niesamodzielnicy prac. naukowcy		Doktoranci		Trudno określić	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	4	100	2	50,0	-	-	2	50,0	-	-
2001	22	100	12	54,5	3	13,6	7	31,9	-	-
2002	26	100	5	19,2	13	50,0	6	23,1	2	7,7
2003	16	100	4	25,0	10	62,5	2	12,5	-	-
2004	16	100	4	25,0	7	43,7	5	31,3	-	-
2005	13	100	4	30,8	4	30,8	5	38,4	-	-
2006	13	100	4	30,8	4	30,8	5	38,4	-	-
2007	12	100	5	41,7	2	16,6	5	41,7	-	-
2008	10	100	2	20,0	2	20,0	5	50,0	1	10,0
2009	4	100	2	50,0	1	25,0	1	25,0	-	-

Wyniki analizy statystycznej uprawniają do wniosku, że najbardziej stabilną grupą autorów recenzji są doktoranci, zwłaszcza w latach 2004–2008, a także –

samodzielni pracownicy naukowci. Jeśli jednak w grupie doktorantów znajduje się wiele różnych nazwisk, o tyle wśród „samodzielnych” są to zaledwie 2–3 nazwiska, które powtarzają się wielokrotnie. Najbardziej labilną grupę tworzą niesamodzielni pracownicy naukowci.

Powyższe tendencje – w odniesieniu do pełnych lat istnienia „Studiów Medioznawczych” – ilustruje wykres liniowy:



Autorami prawie co trzeciej recenzji (41) są pracownicy ID i WDiNP (30,2 proc.), ale należy dodać, że w istocie jest to niewielka (niewielka) grupa osób, ponieważ powtarzają się wielokrotnie te same nazwiska. Nieco większą aktywnością wykazują się pracownicy innych uczelni (48 – 35,2 proc.), a niemal identyczną – doktoranci (40 – 29,5), w tym również doktoranci WDiNP UW.

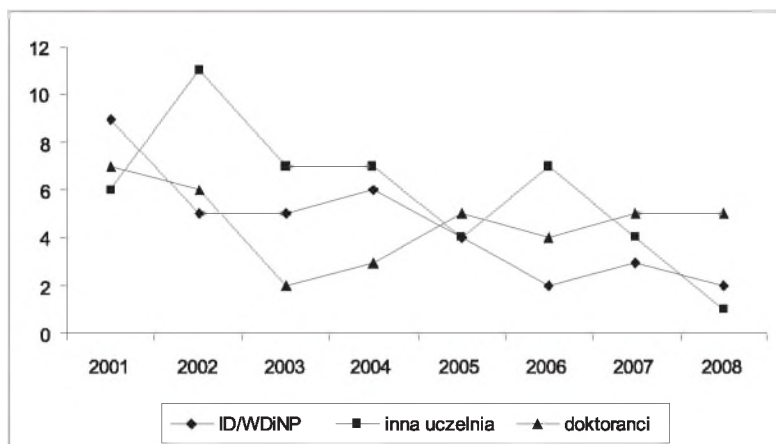
Sytuację w poszczególnych latach ilustruje tabela:

Rok	Ogółem		ID/WDiNP		Inne uczelnie		Doktoranci		Trudno określić	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	4	100	1	25,0	1	25,0	2	50,0	-	-
2001	22	100	9	40,9	6	27,3	7	31,8	-	-
2002	26	100	5	19,2	11	42,3	6	23,1	4	15,4
2003	16	100	5	31,3	7	43,7	2	12,5	2	12,5
2004	16	100	6	37,5	7	43,7	3	18,8	-	-
2005	13	100	4	30,8	4	30,8	5	38,4	-	-
2006	13	100	2	15,4	7	53,8	4	30,8	-	-
2007	12	100	3	25,0	4	33,3	5	41,7	-	-
2008	10	100	3	30,0	1	10,0	5	50,0	1	10,0
2009	4	100	3	75,0	-	-	1	25,0	-	-

Z powyższych danych wynika, że od roku 2002 utrzymuje się następująca tendencja: maleje liczba recenzji, których autorami są etatowi pracownicy ID, zwiększa się natomiast aktywność pracowników innych uczelni i doktorantów.

Niestety, ogólna liczba recenzji z roku na roku – powoli, ale systematycznie – zmniejsza się.

Tendencję tę ilustruje następujący wykres liniowy:



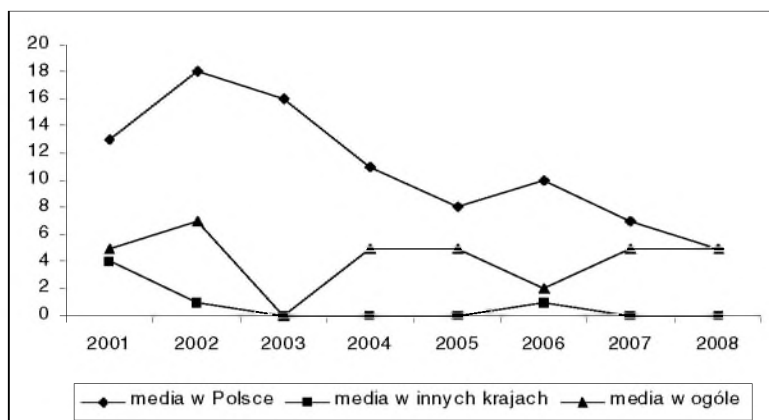
Jak można się było spodziewać, zdecydowana większość recenzji (93) dotyczy książek, na treść których składają się rozważania na temat sytuacji mediów w Polsce (68,4 proc.). Nieco więcej niż co czwarta recenzja (36) dotyczy książek o mediach w ogóle (26,5 proc.), natomiast tylko kilka (7) publikacji o mediach w innych krajach (5,1 proc.).

Szczegółową analizę sytuacji w poszczególnych latach ilustruje poniższa tabela:

Rok	Ogółem		Media w Polsce		Media w innych krajach		Media w ogóle	
	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	4	100	2	50,0	1	25,0	1	25,0
2001	22	100	13	59,1	4	18,2	5	22,7
2002	26	100	18	69,3	1	3,8	7	26,9
2003	16	100	16	100	-	-	-	-
2004	16	100	11	68,8	-	-	5	31,2
2005	13	100	8	61,5	-	-	5	38,5
2006	13	100	10	76,9	1	7,7	2	15,4
2007	12	100	7	58,3	-	-	5	41,7
2008	10	100	5	50,0	-	-	5	50,0
2009	4	100	3	75,0	-	-	1	25,0

Warto dodać w uzupełnieniu tej charakterystyki, że powyższa klasyfikacja z konieczności ma charakter umowny, ponieważ w istocie niewiele recenzowanych książek dotyczy w całości i wyłącznie np. mediów w innych krajach czy mediów w ogóle; często są w nich bowiem – jako wątek uboczny lub uzupełniający – także uwagi i opinie o sytuacji polskich mediów.

Tendencje w tym względzie – w rozbiciu na pełne lata – ukazuje następujący wykres liniowy:



Analizując opublikowane recenzje według kryterium chronologicznego, odnotowano zdecydowaną dominację tych, które dotyczą książek opisujących współczesną sytuację mediów (113), czyli poczynając od roku 1990 (83,1 proc.). Znacznie rzadziej publikowane są recenzje (12) dotyczące sytuacji mediów w PRL (8,8 proc.) oraz historii mediów (9, tj. 6,6 proc.). W przypadkach dwóch recenzji trudno to jednoznacznie określić (1,5 proc.).

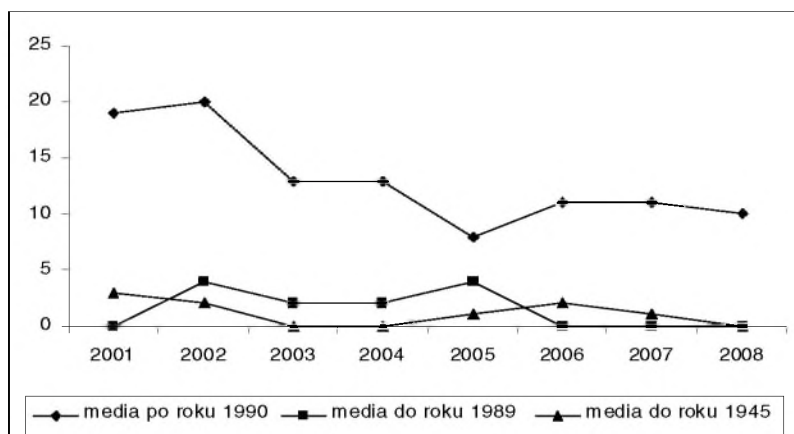
Szczegółową analizę sytuacji w poszczególnych latach ilustruje tabela:

Rok	Ogółem		Media po roku 1990		Media do roku 1989		Media do roku 1945		Trudno określić	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	4	100	4	100	-	-	-	-	-	-
2001	22	100	19	86,4	-	-	3	13,6	-	-
2002	26	100	20	76,9	4	15,4	2	7,7	-	-
2003	16	100	13	81,3	2	12,5	-	-	1	6,2
2004	16	100	13	81,3	2	12,5	-	-	1	6,2
2005	13	100	8	61,5	4	30,8	1	7,7	-	-
2006	13	100	11	84,6	-	-	2	15,4	-	-
2007	12	100	11	91,7	-	-	1	8,3	-	-
2008	10	100	10	100	-	-	-	-	-	-
2009	4	100	4	100	-	-	-	-	-	-

Jak widać, takie proporcje dominują w każdym roczniku „Studiów Medioznawczych”. Powyższą sytuację trudno wyjaśnić jednoznacznie, tzn. czy tak relatywnie małe zainteresowanie problematyką historii mediów wynika z tego, że brakuje chętnych do recenzowania książek na ten temat, czy raczej z tego, że takie książki pojawiają się stosunkowo rzadko.

Niestety, widać wyraźnie, że zainteresowanie autorów recenzji problematyką mediów po roku 1990 w badanym okresie zmniejsza się: z 19 recenzji w roku 2001 do 10 w 2008.

Tendencję tę ilustruje następujący wykres liniowy:



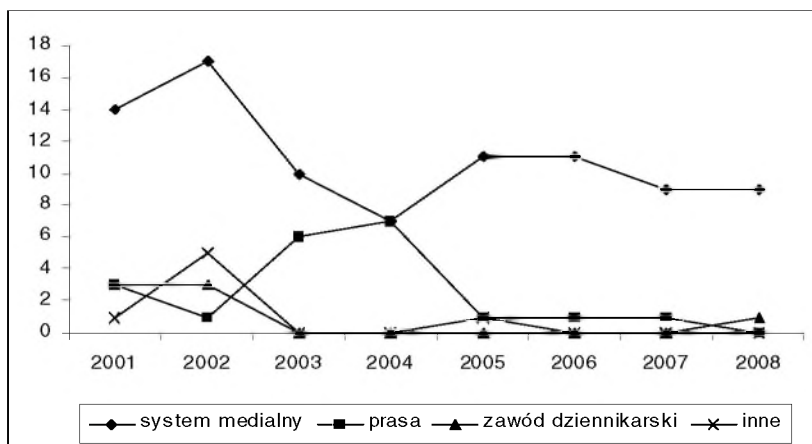
Wyniki analizy zakresu tematycznego opublikowanych recenzji, przeprowadzonej według tych samych kryteriów, co analiza artykułów i sprawozdań, w zasadzie potwierdzają wcześniej przedstawione wnioski. Okazuje się, że aż 69,1 proc. ogółu recenzji dotyczy książek, których treścią są rozważania na temat systemu medialnego postrzeganego jako całość. Natomiast zainteresowanie autorów recenzji innymi zagadnieniami jest wielokrotnie mniejsze; ilustrują to dane zawarte w następującej tabeli:

Rok	Ogółem		Prasa		Radio i telewizja		Agencje prasowe		Zawód dziennikarski		System medialny		Inne	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2000	4	100	-	-	-	-	-	-	-	-	4	100	-	-
2001	22	100	3	13,5	1	4,6	-	-	3	13,5	14	63,8	1	4,6
2002	26	100	1	3,8	-	-	-	-	3	11,5	17	65,5	5	19,2
2003	16	100	6	37,5	-	-	-	-	-	-	10	62,5	-	-
2004	16	100	7	43,8	2	12,4	-	-	-	-	7	43,8	-	-
2005	13	100	1	7,7	-	-	-	-	-	-	11	84,6	1	7,7
2006	13	100	1	7,7	-	-	1	7,7	-	-	11	84,6	-	-
2007	12	100	1	8,3	2	16,6	-	-	-	-	9	75,1	-	-
2008	10	100	-	-	-	-	-	-	1	10,0	9	90,0	-	-
2009	4	100	1	25,0	1	25,0	-	-	-	-	2	50,0	-	-

Z tabeli wynika, że tylko 15,5 proc. opublikowanych recenzji dotyczy książek o prasie drukowanej (21), następnie kolejno: po 5,2 proc. – o zawodzie dziennikarskim (7) oraz internecie i nowych mediach (7), 4,3 proc. – radiofonii i telewizji (6), 0,7 proc. – agencjach prasowych (1).



Tendencje w zakresie zainteresowania czterema najbardziej popularnymi tematami – w pełnych latach istnienia kwartalnika – ilustruje wykres liniowy:



Okazuje się, że najbardziej regularne jest zainteresowanie autorów recenzji książkami o systemie medialnym, co wyraża się zarówno w liczbie recenzowanych pozycji (najmniej jest 7 w roku 2004), jak i procentowym udziale recenzji w danym roczniku, zwłaszcza od roku 2005 (w latach 2005 i 2006 – po 84,6 proc., w roku 2007 – 75,1 proc., w 2008 – 90 proc.). W miarę regularne, choć niewielkie w liczbach bezwzględnych – jest zainteresowanie książkami na temat prasy drukowanej. Natomiast w odniesieniu do książek na inne tematy zainteresowanie jest nie tylko niewielkie, ale również – okazjonalne.

\* \* \*

Wyniki analizy zawartości „Studiów Medioznawczych” skłaniają do ogólniejszej refleksji w odniesieniu do co najmniej trzech – podstawowych dla przyszłości pisma – kwestii.

Po pierwsze, jaka powinna być struktura kwartalnika? Czy kontynuować obecną, realizowaną konsekwentnie od początku jego istnienia, czy może ją nieco zmodyfikować; jeśli tak – to w jakim zakresie i jakie działy wprowadzić? A może ją zupełnie zmienić?

Wydaje się, że można postulować jej kontynuowanie, choćby dlatego, że jest typowa dla większości periodyków medioznawczych (podobną strukturę mają „Zeszyty Prasoznawcze”). Ale równocześnie wskazana byłaby jej niewielka modyfikacja polegająca na wprowadzaniu dodatkowych działów, w zależności od profilu artykułów zakwalifikowanych do druku w danym numerze. Mogłyby to być działy stałe albo – co bardziej prawdopodobne – wprowadzane tylko w jed-

nym lub dwóch numerach w roku (nawet jeśli publikowane byłby w nich pojedyncze teksty); taka jest polityka redakcyjna „Zeszytów Prasoznawczych” wobec działów „Media w świecie” czy „Z historii mediów”. W przypadku „Studiów Medioznawczych” można postulować wprowadzenie – na stałe lub okazjonalnie – innych działów, np. „Reklama i PR”, „Zawód dziennikarski”, „Socjologia mediów” itp. Rzecz bowiem w tym, że obecny dział „Artykuły i rozprawy” jest zbyt „pojemny” i często zdarza się, że są w nim zgromadzone teksty o zupełnie różnym zakresie tematycznym i profilu (sposobie ujęcia tematu). W przypadku pisma naukowego trudno to uznać za jego walor. Dla przykładu: w nr. 2 z 2009 r. w dziale tym opublikowano teksty m.in. o: radiomaryjnej subkulturze politycznej, częstochowskim środowisku dziennikarskim, telewizyjnych debatach w kampanii prezydenckiej w USA w 2008 r., współczesnej prasie codziennej we Francji, piśmie emigracji pomarcowej „Aneks” i okolicznościach powstania pisma „Kurier” w Izraelu.

Po drugie, warto poważnie zastanowić się nad dalszym profilem pisma. Obecny – można go określić mianem uniwersalnego – oznacza w praktyce, że dość często są publikowane teksty „luźno” związane z medioznawstwem. Tymczasem tytuł kwartalnika jest jednoznaczny i zobowiązuje do przestrzegania podstawowego kryterium: publikowany tekst (także sprawozdania czy recenzji) nie tyle powinien, co musi mieścić się w zakresie tej dyscypliny naukowej. W obecnej formule pisma uniwersalnego „Studia Medioznawcze” stają się czymś w rodzaju worka, do którego wrzucane są różnorodne teksty, czasem tylko pozornie związane z mediami. Ich autorami są zwykle przedstawiciele innych niż medioznawstwo dyscyplin naukowych, w tym także doktoranci, dla których media i rzeczywistość medialna są wdzięcznym polem obserwacji i analizy, ale formułowane na tej podstawie wnioski nie mają ani medioznawczego charakteru, ani nie poszerzają wiedzy z tej dziedziny. Osobiście sądzę nawet, że „zsypany” charakter wielu numerów „Studiów Medioznawczych” i uniwersalna formuła wydawnicza pisma nie tylko nie przyczyniają się, a wręcz odwrotnie – utrudniają precyzyjne określenie zakresu medioznawstwa jako samodzielnej dyscypliny naukowej.

Po trzecie, w kontekście powyższych uwag i wątpliwości należy zastanowić się nad celowością wydawania numerów monotematycznych. Wydaje się, że dodatkowo „rozluźniają” one strukturę pisma i w konsekwencji obniżają jego wartość w opinii odbiorców. Warto dodać, że numerów monotematycznych nie wydają inne periodyki medioznawcze. Można natomiast postulować, by monotematyczny profil miały numery specjalne, które z natury mają nieco inny status niż wydania bieżące.